



UNAP E C
UNIVERSIDAD A P E C

DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Escuela de Contabilidad y Finanzas

**Trabajo de Grado para optar por el título de
Licenciado en Contabilidad**

**“Estrategia para fomentar una cultura tributaria en los
negocios de la República Dominicana periodo 2018-2019”**

Sustentante:

Maicon Velásquez Quispe

2013-1440

Asesor:

Juan Bautista Abreu Valerio

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de la exclusiva responsabilidad del sustentante.

Santo Domingo, República Dominicana

Noviembre de 2019

Tema:

“Estrategia para fomentar una cultura tributaria en los negocios de la República Dominicana periodo 2018-2019”

Índice de Contenido

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
RESUMEN EJECUTIVO	iv
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I. Planificación Estratégica. Generalidades	
1.1 ¿Qué es planificar?.....	4
1.1.1 Propósito de la Planificación	5
1.1.2 Principios de la Planificación	7
1.1.3 Tipos de Planificación.....	8
1.1.3.1 Planificación Normativa o Tradicional.	8
1.1.3.2 Planificación Situacional.	9
1.1.3.3 Planificación Estratégica.....	10
1.1.3.4 Planificación Táctica Operacional.....	12
1.1.4 Sistemas de la Planificación.....	14
1.2 Estrategia	14
1.2.1 Conceptualización	14
1.2.2 Tipos de Estrategias.....	15
1.3 Planificación Estratégica	17
1.3.1 Conceptualización	17
1.3.2 Propósito de la planificación estratégica.	17
1.3.3 Importancia de la Planificación Estratégica.....	19
1.3.3.1 Importancia de la planificación estratégica en las empresas Gubernamentales	20
1.3.4 Fases de la Planificación Estratégica.....	21

2 **Capítulo II. Impuestos y Tributos**

2.1	Definición	24
2.2	Origen y evolución de los tributos.	25
2.3	Tipos de Tributos.....	25
2.3.1	Los Impuestos.....	26
2.3.2	Contribuciones Especiales	27
2.3.3	Tasas.....	27
2.4	Categorías de Incumplimiento Tributario.....	27
2.5	Importancia de los tributos en la economía de un país.	29
2.6	Los Tributos en la República Dominicana.	30
2.6.1	Administración Tributaria.	31
2.6.2	Sujetos pasivos y activos de la obligación tributaria.....	32
2.6.2.1	Deberes de los contribuyentes y responsables.....	34
2.6.3	Principales Impuestos.	35
2.6.3.1	Impuesto sobre Transferencias de Bienes Indust. y Servicios (ITBIS).....	36
2.6.3.2	Impuesto sobre la Renta (ISR):.....	37
2.6.3.3	Impuesto Selectivo al Consumo	37
2.6.3.4	Impuestos sobre Sucesiones.....	39
2.6.3.5	Impuestos sobre Donaciones.....	40
2.6.3.6	Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI).....	41
2.6.3.7	Impuestos a los Vehículos de Motor	41
2.6.4	Infracciones o faltas tributarias.	42
2.6.4.1	Sanciones aplicables a las infracciones tributarias	44

2.7	Incumplimiento Tributario en República Dominicana	45
2.8	Cultura Tributaria.....	47
3	Capítulo III. Las sociedades en la República Dominicana	
3.1	Sociedades Comerciales. Conceptualización	51
3.2	Clasificación de las sociedades comerciales en la República Dominicana.....	51
3.3	Constitución de las empresas comerciales.	52
3.3.1	Los socios y su aporte al capital de los negocios en la República Dominicana.	55
3.4	Importancia de las sociedades comerciales (negocios) en la economía	56
4	Capítulo IV. Investigación de Campo	
4.1	Metodología de la investigación.....	57
4.1.1	Objetivo de la investigación.....	57
4.1.2	Población y Muestra.....	57
4.1.2.1	Determinación del tamaño de la muestra.	58
4.1.3	Instrumento de Recolección.	60
4.2	Presentación de los resultados.....	60
4.2.1	Resultados Encuesta a Personas Físicas.....	61
4.2.2	Resultados Encuesta a Personas Jurídicas.....	62
4.3	Análisis de los resultados.....	75
5	Capítulo v. Estrategia de Creación de una Cultura Tributaria en los negocios de la República Dominicana.	
5.1	Diagnóstico.....	77
5.2	Objetivos.....	77
5.3	Estrategia y planes de acción.....	75

5.3.1 Dimensión: Educación, Formación y Difusión. 76

5.3.2 Dimensión: Estado-Transparencia. 81

5.3.3 Dimensión: Inclusión Tributaria. 81

5.4 Evaluación..... 84

CONCLUSIÓN 85

RECOMENDACIONES..... 87

BIBLIOGRAFÍA 88

ANEXOS.

Índice de Anexos

Anexo No. 1. Anteproyecto

Anexo No.2 Cuestionario para Personas Físicas

Anexo No.3 Cuestionario para Personas Jurídicas

Dedicatoria

Al Señor Todopoderoso:

Por permitirme seguir escalando cada peldaño y por dejarme culminar con esta etapa de mi vida.

A mis Padres:

Porque me ayudaron y apoyaron en este largo camino.

A mis Hermanos:

Porque me motivaron a cerrar este ciclo.

Al profesor Juan Bautista:

Por su ayuda y por la dedicación para que este trabajo sea realizado.

A Elizabeth Castillo:

Por trasmitirme los conocimientos necesarios y apoyarme en todo y sobre todo por sus consejos.

A mis Amigos:

Porque han estado ahí presentes ya que siempre me aportaron su granito de arena y, además son la familia que uno escoge.

Agradecimientos

A *Dios* por darme salud y vida para poder realizar este sueño y además porque me ilumino en los momentos más difíciles por guiarme y saber que si confié en el todo es posible y además que "Si crees en ti, ni el cielo será tu límite"

A mi *madre* porque siempre está ahí para apoyarme y para guiarme sin importar las circunstancias y también por todo el amor que me brinda. Este logro no sólo es mío, sino también de ella.

Gracias al *todopoderoso* por bendecirme con una madre como tú, porque además para mí eres el motor principal y mi razón de trabajar todos los días, eres la persona que más admiro y amo.

A mis hermanos *Carolina, Leydy y Jhon*, por siempre estar conmigo y acompañarme en cada etapa de mi vida.

A mi sobrina *Crystal* porque eres el reflejo de una de las mujeres que más admiro y quiero de este mundo, además por tu cariño sincero y por cada ocurrencia, eres para mí la hija que Dios por medio de mi hermana.

A *Sonia Elizondo* por ser una amiga incondicional y todos los momentos que compartimos.

A mi amiga *Lorena* quien me motivo y me abrió los ojos pues me dijo "que no es bueno tener ciclos abiertos." ¡Gracias por tan buen consejo!

A mi amiga *Elizabeth* que aparte de ser mi amiga y ayudarme a discernir le agradezco por brindarme un poco de su sabiduría y además por todo el tiempo y dedica que me dedico desde el inicio de esta etapa académica.

Gracias por ser como eres, por tu empatía y generosidad, agradezco al señor por haberte cruzado en mi camino gracias por siempre estar ahí, por comprenderme y por muchas cosas más.

Resumen Ejecutivo

El tema de estudio de este trabajo abarca el análisis de la estrategia para fomentar una cultura tributaria en los negocios de la República Dominicana, comprendido entre el periodo 2018-2019, de forma tal que contribuya a su optimización y logrando así la comprensión y desarrollo de problemas que puedan tener lugar en una empresa con procesos operativos similares o bien a la industria de mensajería rápida (Courier) en nuestro país.

Los impuestos o tributos son aportes que la legislación de un país establece que deben realizar las personas tanto físicas como jurídicas para que el Estado pueda obtener los recursos y servicios públicos necesarios para hacerle frente a las necesidades de sus habitantes.

Es de esta forma que tributos permiten promover estabilidad económica, que los ciudadanos superen la pobreza, hacer frente al gasto social, etc. De ahí la importancia del presente estudio, puesto que promover una cultura tributaria en los contribuyentes de la República Dominicana.

La evasión tributaria, su elusión y hasta la no declaración involuntaria de éstos induce a que el dinero que podría estar destinado a aumentar la productividad de un país para diversificar la economía y hacer frente a problemas de índole social urgentes, se desvíen en beneficio de unos pocos afectando así el desarrollo económico.

Introducción

La falta de una cultura de cumplimiento a las normas y leyes tributarias en la República Dominicana ha proporcionado un alto nivel de evasión fiscal en los impuestos más comunes entre la ciudadanía, como son el Impuesto Sobre la Renta (ISR), y el Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS), según las autoridades que rigen los impuestos locales.

Según estudios realizados por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), en el periodo comprendido del 2007 al 2017, la tasa de incumplimiento estimadas del Impuesto Sobre la Renta de Personas Jurídicas y Físicas fue de un 61.90% y de un 57.10%, respectivamente.

Por otra parte, se puede apreciar que la tasa de incumplimiento estimada del ITBIS en el año 2017 fue de un 43.58%, lo cual respecto del año 2007 muestra un aumento de 11.91 puntos porcentuales, ya que para aquel entonces las estimaciones arrojaban una tasa de incumplimiento de 31.67%.

Esto motivó el presente trabajo de investigación donde el objetivo fundamental fue crear las estrategias necesarias para gestionar una cultura tributaria que ayude a mitigar el problema de la evasión fiscal en las empresas de la República Dominicana.

Para el logro de este estudio se utilizaron las técnicas *Revisión Bibliográfica* y *Encuestas*. La primera permitió recabar informaciones escritas por otros autores que favorecieron una mayor claridad en torno al tema. Mientras con la segunda se obtuvo informaciones relevantes que ayudó a su contextualización.

Por otro lado, los métodos implementados fueron *Analítico* y *Deductivo*. Con el primero se evaluaron diversos elementos que contribuyeron a la identificación de las causas del nivel de incumplimiento tributario en el país, y el efecto de este; y a partir de estas se formuló la estrategia propuesta. Mientras que el segundo favoreció la organización del estudio. De ahí, el orden de los capítulos, donde los tres (3) primeros sustentan su fundamentación teórica, y los siguientes informaciones particulares que permitieron dar respuesta al objetivo general planteado.

De forma específica, en el primer capítulo se aborda el tema relativo a la planificación estratégica, ya que es parte importante a la hora de planificar o diseñar una cultura tributaria en la República Dominicana. En el mismo se desarrolla el propósito y principios de la planificación, sus tipos de planificación y sistemas, así como también el concepto estrategia y su utilización en la planificación.

Mientras que en el segundo capítulo se detallan aspectos relacionados con los Impuestos y Tributos, donde se exponen sus conceptualizaciones, su historia, como surgen los impuestos y tributos, así como también su importancia para el desarrollo de una nación.

El tercer capítulo está dedicado a las sociedades comerciales en la República Dominicana, su forma de organización mercantil, su clasificación, organización y constitución, entre otras informaciones relevantes.

Una vez desarrollados los capítulos anteriores, se elaboró el cuarto capítulo dedicado a presentar los resultados del método de investigación que se llevó a cabo, los cuales sirvieron de apoyo para el planteamiento de esta propuesta de trabajo.

Como quinto y último capítulo, y tomando como base los datos obtenidos en el capítulo anterior, se formulan las estrategias que se consideraron necesarias para fomentar una cultura tributaria en las sociedades comerciales, que le permita al Estado cumplir con sus objetivos, y que éste a su vez pueda rendir cuentas a sus contribuyentes de manera transparente sobre el destino de esos recursos.

Capítulo I. Planificación Estratégica. Generalidades.

1.2 ¿Qué es planificar?

El mundo en todos sus ámbitos, y en especial, el empresarial, se caracteriza por ser dinámico, complejo, y en muchos casos no existen reglas establecidas. Debido a estas características es relevante emplear herramientas que permitan reducir el riesgo inherente de este, y esto se logra con la planificación, pues esta permite lograr anticiparse a los posibles impactos o consecuencias.

La *Planificación* es un proceso de índole metódica elaborado con el propósito de alcanzar un objetivo definido de forma previa. Este implica la evaluación de actividades que favorezcan el alcance de dicho objetivo. Por tal motivo, es un proceso relacionado con la toma de decisiones que exige la evaluación de la situación y el análisis de diversos factores, tanto cuantitativos como cualitativos. (Cortiñas, 2018)

Existen diversos expertos sobre el tema que han definido la misma, el autor antes citado, resalta algunas:

1. *Definición Stoner, 1996*: “Es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas”.
2. *Definición Goodstein, 1998*: “Es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprenderla acción”.

3. *Definición Ackooff, 1981:* “La planificación... se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir.. . antes de que se requiera la acción”.
4. *Definición de Murdick, 1994:* “Consiste en decidir con anticipación lo que hay que hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse”.
5. *Definición Cortés, 1998:* “Es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. El plan establece lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado”.
6. *Definición Jiménez, 1982:* “Es el proceso consciente de selección y desarrollo del mejor curso de acción”.

1.1.1 Propósito de la Planificación

El planear, en base a lo señalado por Cortiñas (2018), es una herramienta de acción que permite que todo directivo evalúe que acciones de requieren ejecutar y por qué. Señalando que aunque esta ofrece muchas ventajas, lo primordial es que promueve claridad en relación al trabajo a desarrollar. En específico:

1. Define los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos formulados.
2. Ayuda a determinar las acciones a desarrollar en relación a los objetivos que se pretenden lograr.
3. Cuantifica el desempeño que se necesita para obtener resultados positivos.
4. Establece prioridades.

5. Identifica las debilidades y fortalezas que facilitan o impiden el logro de los objetivos.
6. Entre otros.

En ese mismo sentido, el impacto de la planificación bajo todo contexto depende del alcance de la misma y la frecuencia. Las dimensiones de esta según explican Steiner citado por De los Ángeles & Giner de la Fuente (2007) son:

- *Materia*: en todo se incluye el tema abordado en dichos planes, tales como: producción, investigación, comercialización, financiación, entre otros.
- *Elementos*: refiriéndose a las diversas partes que la integran, como son: normas procedimientos, presupuestos, programas, políticas, estrategias, objetivos, cultura, entre otros.
- *Tiempo*: el cual puede ser a corto plazo, mediano, largo o perpetuo.
- *Características*: esta dimensión se relaciona con los siguientes aspectos: Simple o compleja, parcial o total, cuantitativa o cualitativa, pública o confidencial, formal o informal, flexible o rígida, costosa o económica, entre otros.
- *Organización o grupo*: para el cual se hacen los planes, si es para un departamento o división, sección, sociedad, producto, proyecto, concepto, etc.

1.1.2 Principios de la Planificación

El término o concepto planificación se enfoca en el futuro, intenta preparar para la organización, grupo o institución gubernamental, un futuro racional; lo cual en base a lo afirmado por De los Ángeles & Giner de la Fuente (2007) requiere la determinación de procedimientos que sean rentables a nivel económico.

De ahí, que todo plan deber ser *metódico*, es decir, que este basado en un análisis adecuado de los hechos y de las tendencias, así como de la evaluación de todos los factores que afecten o impacten a la organización o grupo.

Otro principio que refieren los autores antes citados es que la planificación debe contemplar *flexibilidad*, pues se requiere el establecimiento de cambios si existe alguna desviación o se ha encontrado alguna problemática. Es oportuno resaltar, que estas autocorrecciones deben estar dentro de los límites establecidos por la persona que tiene bajo su responsabilidad este proceso.

Además, de los principios señalados, los planes deben tener el grado de *exactitud* que se necesite así como su volumen o amplitud, pues un aumento de los niveles de exactitud genera incremento en costos de forma progresiva lo cual afecta de forma negativa la relación costo-utilidad.

Finalmente, el último principio se refiere al criterio de *economicidad*, pues al planear se trata de alcanzar un óptimo resultado a nivel económico.

1.1.3 Tipos de Planificación

Morales, Molina & Bonilla (2006) resaltan cuatro (4) tipos de planeamientos. Estos son:

- Planificación Normativa o Tradicional.
- Planificación Situacional.
- Planificación Estratégica.
- Planificación Táctica Operacional.

Es importante resaltar, conforme al autor de este estudio, que estos tipos aunque tienen aspectos que los distinguen, se encuentran relacionados, pues uno emplea procesos del otro y viceversa.

En los siguientes subtemas se desarrollan estos tipos, resaltando sus características conforme a los autores citados.

1.1.3.1 Planificación Normativa o Tradicional.

La *Planificación Tradicional*, conforme a Morales, Molina & Bonilla (2006), es aquella que se fundamenta en una serie de normas o parámetros preestablecidos por el Estado, la cual se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Tiene la capacidad de autocriticarse así como evolucionar de forma continua.
- Ha integrado diversas técnicas de análisis y predicción.
- Presenta un complejo sistema institucional y legal.
- Es aplicable en un vasto número de campos.

- Se enfoca en problemas propios del desarrollo económico-social tomando como punto de vista el ámbito gubernamental.
- El planificador es “omnisciente”.
- Esta puede ser: Centralizada (países socialistas) y Mixta, Pluralista, o Indicativa (países Latinoamericanos).

1.1.3.2 Planificación Situacional.

Esta planificación en base a lo descrito por Amarista & Camacho (2004) citado por Molina & Bonilla (2006), es “aquella que se genera por instancias de discusión, cálculos y análisis de los actores de una organización que construyen una situación objetiva de un determinado acto social”. La misma se caracteriza por:

- Ser una herramienta para el cambio social.
- Permite abordar de forma anticipada el hecho.
- Utiliza supuestos realistas, debido a que el planificador está dentro del problema, así como los demás involucrados.
- Arroja una explicación situacional.
- Ayuda a articular el ámbito político con lo económico.
- Es un proceso constante.
- Analiza la viabilidad de las acciones, evaluando los aspectos económicos, institucionales, culturales y políticos.
- Visualiza las normas como el soporte que brinda validez al plan, pero no constituye el mismo, como lo concibe el anterior tipo descrito.

Este tipo de planificación refieren los autores previamente citados se verifica en cuatro (4) momentos básicos, los cuales se describen a continuación:

1. El momento *explicativo*, que se basa en flujogramas de causa-efectos para el problema evaluado.
2. El momento *normativo*, en el cual se establece “el debe ser”. Determinándose los objetivos, luego de hecho el diagnostico se diseñan las acciones para enfrentar los problemas.
3. El momento *estratégico*, en este se analiza la viabilidad económica, técnica, política e institucional.
4. El momento *operacional*, en este se ejecutan las acciones previamente planificadas. Poniéndose de manifiesto “la voluntad de hacer”.

Este tipo de planificación emplea los instrumentos siguientes: flujograma situacional, programa direccional, análisis de viabilidad y el análisis de coyuntura (momento táctico-operacional).

1.1.3.3 Planificación Estratégica.

La *Planificación Estratégica* es, conforme a lo descrito por Steiner citado por Molina & Bonilla (2006), un proceso continuo y sistémico que permite relacionar el futuro con las decisiones actuales tomando como base el análisis del contexto de cambios situacionales. Esta se expresa en la formulación de planes interrelacionados que facilitan el logro de los objetivos planteados.

Este tipo de planificación se explica de forma más detallada en el subtema 1.3 por ser esta el eje central del tema propuesto en este estudio. No obstante, es importante señalar algunas de sus características:

- Contribuye a la definición clara del propósito y valores de la organización, grupo o institución.
- Tiene su origen en el ámbito empresarial, teniendo como fuente de consolidación la planificación normativa.
- La definición de los elementos estratégicos responden a un proceso de investigación sistemática de índole interna y externa.
- Es un sistema capaz de autoreproducción y organización.
- Este tipo de planificación sigue un proceso cíclico, continuo, participativo e interactivo.
- Su centro práctico es la coyuntura, es decir, se enfoca en el cálculo que antecede y preside la acción.
- Se enfoca en el alcance de las metas y objetivos, más que en las normas y reglamentos.
- Presenta una posición prerreactiva evaluando los riesgos e incertidumbre existentes.
- Se sustenta en: el usuario, la organización o grupo y los competidores.
- Descansa en la formulación de los planes estratégicos a largo plazo, los de mediano plazo, los operativos y presupuestos a corto plazo.

1.1.3.4 Planificación Táctica Operacional.

Este tipo de planificación se basa en la asignación anticipada de las actividades específicas las personas responsables de cada unidad operativa de la empresa, grupo o institución. Entre sus características destacan Molina & Bonilla (2006), las siguientes:

- Se encuentra dentro de los límites de la planificación estratégica y la planificación táctica.
- Es dirigida o ejecutada por los gerentes o encargados de nivel medio.
- Se enfoca en las actividades que normalmente son programadas en la organización.
- En esta se analizan informaciones tanto internas como externas.
- Sigue de forma precisa los procedimientos y reglas definidos.
- Tiene una cobertura de corto plazo.
- Se orienta a la administración adecuada de recursos.
- Sus parámetros principales son la efectividad y la eficiencia.

1.1.4 Sistemas de la Planificación

De los Angeles & Giner de la Fuente (2007) refieren que a lo largo de la década de los sesenta se desarrollaron dos tipos de sistemas que los grupos u organizaciones han evaluado para planificar. Estos son:

- *Sistemas formalizados de la planificación.*

Estos son sistemas centrados más en el procedimiento. Son, explican los autores antes señalados, extensión de los métodos presupuestarios y se enfocan principalmente en la coordinación y en el establecimiento de compromisos, por lo que las actividades que surgen de este sistema, así como las personas son fundamentales para el alcance del objetivo formulado. Un ejemplo de este tipo de sistema es el *Hoshin Kanri* (dirección y planificación de empresa y elaboración de políticas).

- *Sistemas de planificación del desarrollo.*

El propósito de estos es lograr estimular a la organización, grupo o institución para que alcance su potencial de crecimiento sustentado este en sus capacidades. La hipótesis de este sistema, refieren De los Ángeles & Giner de la Fuente (2007), es que las empresas aun poseyendo la capacidad no la emplean en su totalidad, lo cual provoca la existencia de una brecha en la planificación, al existir una discrepancia o diferencia entre lo esperado y lo obtenido. Lo cual provoca la búsqueda de nuevas acciones que permitan reducir esa brecha, que a su vez genera un plan a largo plazo que integre estos puntos:

- Misión o propósito de la empresa, grupo o institución.
- Descripción y diagnóstico de la competencia así como de la empresa, grupo o institución.
- Estrategia de la empresa, grupo o institución.
- Elaboración de los programas que permitirán la realización de la estrategia.
- Concreción de la estrategia en objetivos cuantitativos.

- Establecimiento de las responsabilidades de los diferentes directivos y personal de la empresa, así como identificación de las desviaciones para implementar acciones correctivas.

Es válido resaltar que el plan estratégico sugerido en este estudio se basa en este sistema. En los próximos subtemas se exponen los aspectos generales en torno al eje central de la presente investigación “Planificación Estratégica”. Es importante resaltar que en primer lugar se detalla la conceptualización de la “estrategia”, al ser este término parte integral de todo plan. En específico, se detalla el concepto de estrategia, tipos, concepto de planificación estratégica, importancia de esta en los negocios y las fases que se deben desarrollar para su ejecución.

1.2 Estrategia.

1.2.1 Conceptualización.

El concepto *Estrategia* proviene del término “estrategos”, que significa dirigir. Conforme a lo descrito por Carrion Maroto (2007), el interés por este término nace en Estados Unidos en la década de los 50’ y principios de los 60’, a causa de la complejidad en la gestión de las grandes organizaciones. Este autor resalta que el propósito o finalidad de estas era, y es, a juicio del autor del estudio, la creación de un plan global que permita que la entidad cree una posición favorable frente a su competencia a través del adecuado empleo de sus recursos. Una idea similar la brinda Robbins & Coulter (2014) que establece que con las estrategias las empresas logran crear una ventaja

competitiva, resaltando que este término se refiere a “*la superioridad que distingue a la organización, es decir, su valor distintivo*”.

En ese mismo sentido, Porter (1996) citado por Carrión Maroto (2007) refiere que el término *estrategia* no se enfoca en lograr que la empresa o institución sea la mejor en el mercado donde compite, sino que sea diferente a fin de que estas diferencias le permitan crear una ventaja competitiva sostenible.

Finalmente, la firma de consultores Fiteco señala que las *estrategias* en el área empresarial permite la creación de valor a través de la definición de que acciones se deben realizar y como realizarlas, sin olvidar la asignación efectiva de los recursos que contribuyan al alcance de los objetivos planteados.

1.2.2 Tipos de Estrategias.

Diversos autores han planteado niveles para las estrategias. Entre estos se pueden mencionar Robbins & Coulter (2014), quienes explican que estas pueden ser de tres diferentes niveles, el *Corporativo*, el *Empresarial* y el *Funcional*. Resaltando que las primeras se encuentran bajo la responsabilidad de los altos directivos, mientras que las segundas las deben formular los mandos medios o gerentes del nivel medio y las terceras deben ser implementadas por los gerentes del nivel inferior. No obstante, estos autores afirman, que todas las estrategias se complementan y sirven de apoyo para la consecución de los objetivos corporativos de toda institución.

Una idea similar la brinda la firma de Consultores Empresariales Fiteco.es, quienes explican que aunque existen diversos tipos, todas se desarrollan en torno a las estrategias antes señaladas, resaltando lo siguiente sobre las mismas:

- *Estrategias Corporativas:* estas se formulan tomando como soporte el cómo, dónde y con cuales valores se desarrollan las operaciones de toda empresa. Es decir, es un tipo de estrategia que permite establecer en el largo plazo la dirección general del negocio (misión, visión así como la forma en la que se lograrán estas).
- *Estrategias Empresarial o de Negocio:* este tipo se enfoca en definir la forma en la que la organización competirá en su mercado, por lo que requiere analizar el comportamiento de la competencia, a fin de favorecer la construcción de una ventaja competitiva. Estas estrategias son de medio plazo y deben siempre, resalta la firma antes señalada, estar alineadas con la estrategia corporativa.
- *Estrategias Funcionales u Operativas:* Estas se enfocan en la optimización de los recursos y habilidades dentro de cada unidad de negocio de la organización con el propósito de favorecer la efectividad y eficiencia en el uso de dichos recursos. Estas se diseñan para el corto plazo y deben alinearse a las dos anteriores. (Fiteco, 2018)).

1.3 Planificación Estratégica.

1.3.1 Conceptualización.

En primer lugar, la planificación es el primer proceso que se debe realizar para definir hasta donde se quiere llegar. Según Armijo (2011) citado por Dumorné (2010) la *Planificación Estratégica* consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos. Esta definición enfoca a la estrategia como la formulación del plan para el logro de los objetivos.

Mediante esta, como opinión personal del autor del presente estudio, se favorece un mejor uso de los recursos. Además, que la misma ayuda a que la alta gerencia defina sus lineamientos estratégicos (visión, misión, y valores), conozca su situación actual y formule sus objetivos, y que acciones favorecerá el logro de estos.

1.3.2 Propósito de la planificación estratégica.

La formulación de planes estratégicos permite, a juicio del autor, lograr que la empresa no sólo sobreviva en mercados tan dinámicos como los actuales sino también favorece la creación de una ventaja frente a los competidores, al generar valor a esta.

Los autores Godinez & Hernández (2015) refieren que el propósito de la planeación estratégica se compone de tres (3) elementos principales, los cuales constituyen o fundamentan la dirección estratégica de la organización, pues ayudan a que la misma unifique y coordine las acciones y decisiones que le aseguran el mejor uso de los recursos. Estos elementos son:

- *Propósito actual o Misión.*
- *Propósito futuro o Visión.*
- *Propósito guías o Valores.*

La misión es, en base a la argumentación de los autores antes citados, una frase que indica la razón de la existencia de la organización, mientras que la visión permite vislumbrar lo que esta desea alcanzar; y los valores son ideales y principios que rigen las acciones del personal de esta que transmiten a su vez la imagen que quiere proyectar.

De forma específica, la formulación de un plan estratégico cumple los siguientes propósitos:

1. Tener una metodología práctica que sirva de soporte para la formulación y redefinición periódica de los objetivos y estrategias de negocio.
2. Guiar los esfuerzos de la empresa hacia la consolidación de su visión, misión, sus objetivos y su posición frente a sus competidores.
3. Formula los objetivos específicos de cada unidad dentro de la organización congruentes con sus lineamientos estratégicos (misión, visión y valores).
4. Desarrollar planes de mejora que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades competitivas de la empresa.

5. Garantizar el alcance de los objetivos a través de un seguimiento o control adecuado. (Álvarez Torres M. , 2006)

1.3.3 Importancia de la Planificación Estratégica.

Martín Álvarez Torres explica que en las organizaciones la planeación estratégica es relevante, pues la misma permite que las actividades y recursos de la organización generen resultados positivos, pues impide que exista desorganización y que se desperdicien los recursos en acciones que no generan valor. Y es que resalta este autor, este tipo de plan favorece que la empresa se enfoque en alcanzar *efectividad*¹ y *eficiencia*². Debido a que esta reconoce de forma clara:

- *Qué resultados debe alcanzar (Objetivos).*
- *Cómo los va a alcanzar (Estrategias).*
- *Qué actividades va a desarrollar a lo largo del periodo de la planeación (Programa de Trabajo).*
- *Quién y cuándo se van a desarrollar dichas actividades (Responsables).* (Álvarez Torres, 2006)

Además, señala McDonald (1994) citado por Sainz de Vicuña Ancín (2009) que la formulación de planes estratégicos permite además la obtención de diversos beneficios, tales como:

¹ *Efectividad*: Hacer las cosas que deben hacerse.

² *Eficiencia*: Lograr los objetivos con la menor cantidad de recursos.

- *Mejora la coordinación de las actividades.*
- *Identifica los cambios y desarrollos que se pueden esperar.*
- *Aumenta la predisposición y preparación de la empresa o institución para el cambio.*
- *Minimiza las respuestas no racionales a los eventos inesperados.*
- *Reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa.*
- *Mejora la comunicación.*
- *Obliga a la dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática, en el futuro.*
- *Los recursos disponibles se ajustan mejor a las oportunidades.*
- *El plan proporciona un marco general de utilidad para la revisión continuada de las actividades.*
- *Además, conduce, resalta este autor, a lograr niveles más altos y rentables sobre la inversión.*

1.3.3.1 Importancia de la planificación estratégica en las empresas gubernamentales

La planificación estratégica en el ámbito público es un instrumento que permite al Estado y organizaciones que lo conforman el establecimiento de prioridades, objetivos y metas, lo cual ayuda a definir los recursos que se requieren para alcanzar los resultados esperados. Y es que las entidades gubernamentales deben hacer frente a la complejidad del mundo actual, caracterizado por constantes cambios, y adaptarse a estos, de modo que pueda satisfacer las necesidades (sociales, económicas, entre otras) que la población le exige. Y esto se logra con una gestión adecuada de los

productos y servicios que suministra, sin descuidar la calidad de los mismos. (Mendoza Fernández, 2017)

En ese mismo sentido, en un seminario ofrecido por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), explicaron que la planificación estratégica permite que las organizaciones públicas, fijen límites dentro de los cuales tiene lugar el control y la evaluación de la gestión, permitiendo a la vez tomar decisiones más efectivas. (Cepal, 2009)

1.3.4 Fases de la Planificación Estratégica.

La planificación estratégica, como se explicó en los anteriores subtemas, es un proceso que inicia con la definición de objetivos (una vez hecho el análisis del entorno), para luego formular las estrategias y tácticas que permitirán el logro de estos, y una vez realizadas evaluar los resultados obtenidos. En este estudio no se abarca la ejecución del plan, sólo se limita al diseño del plan. Las etapas de este proceso son, conforme a lo descrito por Yanez (2017) que pertenece a una firma de asesores, son: análisis del entorno, fijación de objetivos, formulación de las estrategias-tácticas, ejecución, finalizando con la evaluación de estos. Estas se describen a continuación.

1. Análisis del entorno:

En esta etapa se conoce la situación de la organización, evaluando su entorno tanto interno como externo. Muchos autores le denominan *Diagnóstico*, pues en la misma se

realiza un análisis FODA, que permite identificar de forma precisa las debilidades de la organización que pueden generar potenciales amenazas, así como las fortalezas que ayudarían al aprovechamiento de las oportunidades. Además, del análisis PASTEL, en el que se evalúan los factores que afectan a la organización en las dimensiones: políticas, ambientales, sociales, tecnológicas, económicas y legales.

2. Definición de Objetivos:

Luego de analizado el entorno y se tenga un diagnóstico de la situación real se formulan los objetivos que se desean alcanzar. Estos conforme a la autora antes citada, deben estar acordes al direccionamiento estratégico de la organización.

3. Formulación de las Estrategias y Tácticas:

Los objetivos formulados guían las estrategias que se pretende seguir así como los planes de acción o pasos concretos que se desarrollarán para el logro de los mismos. De ahí que en esta etapa se identifican las tareas, los recursos que se requerirán y cuales están disponibles, los plazos a cumplir, los indicadores de gestión así como los responsables del cumplimiento de las tareas.

4. Ejecución:

En esta etapa, según refiere Yanez (2017) , las tácticas se concretizan en acciones. Lo que permite identificar la existencia de brechas entre lo planeado y lo ejecutado, es decir se verifican las desviaciones para así aplicar las acciones correctivas necesarias.

5. *Evaluación:*

Desde que se formulan los objetivos deben ser considerados como se medirá el cumplimiento o alcance de los mismos, es decir que instrumentos o indicadores permitirán la comparación de lo planeado con lo realizado. Es como una auditoria continua que ayuda a que la organización invierta de forma eficiente y eficaz el tiempo y los recursos (humanos y financieros).

Capítulo II. Impuestos y Tributos

2.1 Definición.

La Dirección General de Impuestos de la República Dominicana (DGII, 2019), refiere en su documento *¿Qué es eso llamado impuesto?*, que el término *Impuesto o Tributos* se refiere a las “contribuciones que deben pagar los ciudadanos y las empresas para que el Estado pueda cubrir las necesidades comunes y están establecidos por ley”.

Una idea similar a las antes expuestas, la Dirección General Impositiva (DGI) de Uruguay, resaltando que son aportes que la legislación de un país establece que deben realizar las personas tanto físicas (ciudadanos) como jurídicas (empresas) para que el Estado pueda obtener los recursos y servicios públicos necesarios para hacerle frente a las necesidades de sus habitantes. (DGI, 2019)

Asimismo, los tratadistas peruanos Gianni, Michell y Wagner explican, citado por Jiménez Laban (2011), que “es el impuesto que paga el ciudadano para contribuir a sostener los gastos de la colectividad organizada y como la manifestación más típica del poder de la supremacía del Estado”. Estos últimos resaltan que los impuestos son indispensables para el sostenimiento de una sociedad que exige la protección del Estado en los cuatro (4) derechos fundamentales del ser humano, los cuales son: libertad, vida, seguridad y propiedad.

2.2 Origen y evolución de los tributos.

Los tributos tienen su origen en la era primitiva, en el momento en el que los hombres les llevaban ofrendas a sus dioses con el propósito de recibir algún tipo de beneficio. Ya en la época Griega, resalta Abreu (2010), se inicia el ajuste de los tributos conforme a la capacidad de pago de las personas. Además, se controla la administración de estos y su control.

Este autor resalta que en América, así como culturas indígenas (Inca, Azteca, otros) pagaban un tributo en concordancia con un sistema de aportes definido. En lo que respecta al imperio romano, el emperador Constantino extendió este tipo de contribuciones a todas las ciudades incorporadas a dicho imperio con el propósito de continuar el crecimiento de este. Asimismo, en Europa, durante la Edad Media, el señor feudal en especies los impuestos de sus pobladores, y la Iglesia Católica exigía de forma obligatoria “diezmos y primicias” con el objetivo de eliminar las potenciales cadenas después de la muerte.

Los impuestos actuales, refiere el autor antes citado, se instauraron a finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

2.3 Tipos de Tributos.

Los tributos se agrupan, en la mayoría de los casos, en tres (3) categorías, conforme BBVA (2016). Estas son:

- *Impuestos.*

- *Contribuciones.*
- *Tasas.*

Es importante resaltar que el hecho generador de estos tributos lo constituye toda actividad por la que se obtienen ingresos generando la obligación tributaria.

2.3.1 Los Impuestos

Los *impuestos*, son tributos que se exigen sin contraprestación³, cuyo hecho imponible (acción cuya realización genera una obligación tributaria) está integrado por negocios, actos o hechos cuya naturaleza puede ser tanto jurídica como económica que indica la capacidad contributiva del sujeto pasivo⁴ como consecuencia de la propiedad de un patrimonio, adquisición de bienes o gasto de la renta. Es decir, son contribuciones generadas al demostrar que se posee la capacidad para financiar la administración pública. Estos refiere BBVA (2016) se pueden clasificar en:

- Directos e Indirectos.
- Personales (debido a que el contribuyente realiza el pago debido a su capacidad global) o reales (si un hecho demuestra la capacidad).
- Objetivos (no consideran la capacidad del contribuyente para su aplicación) y Subjetivos (cuando consideran la capacidad).
- Periódicos (si el impuesto es exigible varias veces en el año) e instantáneos (sólo es exigible una vez en el año)).

³ No originan una retribución directa del Estado al contribuyente. (DGII, 2019)

⁴ Obligado tributario

Estos afirma el experto tributario Francisco Canahuate, son los más importantes debido al porcentaje que representan en el volumen recaudado a nivel público.

2.3.2 Contribuciones Especiales

Son los tributos cuyo hecho imponible proviene de la obtención de ganancias por parte del sujeto pasivo debidas al aumento del valor de un bien como resultado de la ejecución de obras públicas o la ampliación de un servicio, entre otros. BBVA (2016)

2.3.3 Tasas

Estas conforme al autor citado en el anterior subtema, son contribuciones de índole económica que son generadas por el pago por el uso de un tipo de servicio. Una idea similar la brinda Francisco Canahuate, quien explica que los hechos imponibles en este tipo de tributo proviene de: el uso privativo o aprovechamiento especial del dominio público, prestación de servicios público así como la realización de actividades en régimen del Derecho Público.

2.4 Categorías de Incumplimiento Tributario.

Pese a la importancia de los tributos existe un porcentaje considerable de incumplimiento fiscal a nivel mundial, si se toma como referencia la República Dominicana en el año 2017, la tasa estimada de incumplimiento en el Impuesto sobre Rentas (ISR), uno de sus impuestos más importantes por su peso relativo en el volumen de tributos recaudados, fue de un 61.90% y un 57.10% en Personas Jurídicas y Físicas respectivamente.

Algunas de las categorías de incumplimiento que se visualizan en los diferentes países son:

- *Evasión Fiscal*: sucede cuando el sujeto pasivo o figura jurídica es consistente en incumplir con el pago del impuesto de forma voluntaria. (Hernández Batista, 2005)
- *Elusión Tributaria*: sucede cuando se emplean medios legales para favorecer la reducción de la cantidad total a pagar de impuestos. Es decir, el sujeto pasivo emplea normas que están dentro de la normativa para favorecer el logro de su objetivo. (Yañez, 2010)
- *Subdeclaración Involuntaria*: implica el pago de una menor cantidad de impuestos a causa de la existencia de errores no premeditados al completar la declaración, debido a un pobre conocimiento de las normas tributarias o el no entendimiento de estas. (Yañez, 2016)

Es importante resaltar que estos incumplimientos, conforme a lo resaltado por Vargas, Y; Rodríguez, Y; & Vargas, J. (2012) provienen de diversas causas, entre las principales cita las siguientes:

- Carencia de una conciencia tributaria:
 - Falta de educación.
 - Falta de solidaridad.
 - Razones económicas.
 - Idiosincrasia del pueblo.
 - Falta de claridad del destino de los gastos públicos.

- Sistema Tributario percibido por los contribuyentes como no transparente o de poca transparencia.
- Administración Tributaria con poca flexibilidad.
- Bajo riesgo de ser detectado, por la existencia de controles deficientes.

2.5 Importancia de los tributos en la economía de un país.

Los tributos son importantes en la economía de un país debido a diversas causas. Dentro de estas la Dirección General Impositiva (DGI) de Uruguay resalta las siguientes:

- Permite que el Estado obtenga los recursos que les permitan brindar a sus ciudadanos: educación, salud, seguridad, justicia, obras públicas y apoyar a las personas más pobres, entre otras.
- Promueve equidad, es decir, oportunidades similares a los miembros de la comunidad.
- Es un acto de solidaridad que permite a los ciudadanos contribuir con el bienestar de los demás habitantes.
- Entre otras. (DGI, 2019)

Es decir, los tributos permiten promover estabilidad económica, que los ciudadanos superen la pobreza, hacer frente al gasto social, etc. Pues estos garantizan que el Estado acumule los recursos necesarios para cumplir su rol, y así favorecer un crecimiento económico constante en el país y una mejor calidad de vida de los

ciudadanos. Y es que la evasión tributaria, su elusión y hasta la subdeclaración involuntaria de impuestos provoca que el dinero que podría estar destinado a aumentar la productividad de un país para diversificar la economía y hacer frente a problemas de índole social urgentes, se desvíen en beneficio de unos pocos afectando así el desarrollo económico.

2.6 Los Tributos en la República Dominicana.

La Dirección General de Impuestos de la República Dominicana (DGII) refieren en su brochure “Historia de los Impuestos”, modificado el 26 de marzo de 2019, señala que el pago de impuestos se remontan a la formación de las primeras comunidades humanas, y los mismos han sido la base para la construcción y mantenimiento de bienes y servicios. En un principio las personas contribuían con su trabajo y bienes como pieles, terrenos, parte de sus cosechas y animales. Más adelante, se recaudan metales como: oro, plata y cobre. En la actualidad el pago consiste en monedas y billetes. (DGII, 2019)

El organismo refiere que en la República Dominicana, la recaudación es la principal fuente de ingresos para la construcción y mantenimiento de los bienes y servicios de todos los ciudadanos refiriendo que en el 1845 es cuando se crea la ley de impuestos y distribución de gastos públicos. En el 1949 se creó la Ley de Rentas Internas y la institución que administraría estos impuestos. Ya en el 1992 se creó la Ley No.11-92 el Código Tributario, el cual regula los impuestos que se pagan actualmente. El organismo que recauda los principales de estos así como las tasas es la Dirección General de Impuestos Internos. Este surgió en el 1997, al promulgarse la Ley No. 166-97, que

fusiona la “Dirección General de Rentas Internas” y la “Dirección General de Impuestos sobre la Renta”.

2.6.1 Administración Tributaria.

El objeto de la obligación tributaria es el *tributo o impuesto*. La administración de estos y aplicación del Código Tributario de la República Dominicana es competencia de las Direcciones Generales de Impuestos Internos (DGII) y de Aduanas (DGA), estas a su vez son supervisadas por la Secretaría de Estado de Finanzas. Estas conforme al Código Tributario (Ley 11-92, 1992), tienen las siguientes facultades:

- a. *Facultad normativa*: la cual hace referencia que estos órganos tienen la facultad de dictar las normas generales que sean necesarias para una administración y aplicación adecuada de los tributos.

- b. *Facultada de inspección y fiscalización*: esta se realiza a través de los funcionarios competentes, quienes deberán inspeccionar, fiscalizar e investigar a los sujetos de la obligación tributaria, a fin de favorecer el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código Tributario.

- c. *Facultad de determinación*: respecto a definir la obligación tributaria, las cuales, deberán ser ejercidas conforme a lo establecido en los preceptos del Código Tributario y de las normas especiales respectivas.

- d. *Facultad sancionatoria*: la Administración Tributaria tiene la facultad de imponer sanciones, las cuales deben ser aplicadas en concordancia con lo expuesto en las normas y procedimientos respectivos.

Asimismo, señala el referido código, que estas deben cumplir con los deberes siguientes:

- a. *Deber de reserva*: las declaraciones e informaciones que la Administración Tributaria obtenga de los contribuyentes, responsables así como de terceros tienen carácter reservado, y sólo pueden ser utilizadas para los fines propios de dichos órganos y en los casos autorizados por la ley.
- b. *Deber de publicidad*: los actos de la administración señalada son en principio públicos.

2.6.2 Sujetos pasivos y activos de la obligación tributaria

El capítulo II del Código Tributario de la República Dominicana en su art. 4, señala que el *Sujeto Pasivo* de la obligación tributaria es quien en virtud de la (Ley 11-92, 1992) debe cumplirla en calidad de contribuyente o de responsable. Esta obligación puede recaer en toda persona natura⁵l y jurídica⁶ a quienes el derecho tributario le atribuya la calidad de sujeto de derechos y obligaciones. Asimismo, aclara en el párrafo II, que la

⁵ Es una persona física.

⁶ Se refiere a las empresas.

capacidad tributaria de las personas naturales no depende de la capacidad civil ni las limitaciones de ésta.

Es válido explicar, que el concepto *Contribuyente*, conforme al art. 5 de la ley antes señalada, es aquel, respecto del cual se identifica el hecho que genera la obligación tributaria. Refiriendo en el párrafo que las obligaciones de este una vez fallecido deberán ser cumplidas por sus herederos sucesores y legatarios.

Los *Agentes de Retención* son “responsables directos en calidad de agentes de retención o percepción las personas o entidades designadas por el Código Tributario (Ley 11-92, 1992), por el Reglamento o por las normas de la Administración Tributaria, que por sus funciones o por razón de su actividad, oficio o profesión, intervengan en actos u operaciones en los cuales puedan efectuar, en la fuente que lo origina, la retención o la percepción del tributo correspondiente”.

Los *sujetos activos* se refieren a los que tienen la potestad para exigir el pago del tributo. La Constitución de la República Dominicana determina que esta recae en el Estado y, en su extensión, en las comunidades autónomas y las corporaciones locales.

Por último, es importante resaltar que la obligación tributaria en el país y conforme a la Ley antes señalada (arts.15-21) se extingue por cuatro (4) vías, las cuales son: por el pago de dicha obligación, por la compensación (cuando los sujetos pasivos y activos

son deudores recíprocos), por la confusión (si el sujeto activo en una situación de deudor) y por prescripción (prescriben a los tres (3) años).

2.6.2.1 Deberes de los contribuyentes y responsables

Los contribuyentes y demás responsables de la obligación tributaria tienen el deber, conforme a lo señalado en el art. 50 del Código Tributario (Ley 11-92, 1992), de facilitar la gestión de la administración tributaria. Específicamente, deben cumplir con los deberes enunciados a continuación:

- a. Llevar los registros y libros obligatorios de contabilidad y los adicionales o especiales que sean requeridos.
- b. Ajustar sus sistemas de contabilidad y confección de los mismos, así como la evaluación de sus inventarios a las prácticas contables vigentes establecidas en las leyes, reglamentos y normas generales dictadas al efecto.
- c. Inscribirse en el Registro Nacional de Contribuyentes y los registros especiales pertinentes.
- d. Solicitar a la Administración Tributaria permisos previos de instalación o de habilitación de locales e informar el inicio de las actividades que sean susceptibles de generar obligación tributaria.
- e. Comunicar los cambios de domicilio o cualquier cambio que pueda generar una alteración de la responsabilidad tributaria.

- f. Presentar las declaraciones correspondientes para la determinación de los tributos.
- g. Presentarse en las oficinas de Administración Tributaria si es requerida su presencia.
- h. Conservar de forma ordenada, y durante un periodo de diez (10) años, los libros de contabilidad, libros y registros especiales, comprobantes de pago o cualquier documento que se relacione con las operaciones y actividades del contribuyente.
- i. Presentar a la Administración Tributaria, las declaraciones, informes, documentos, facturas, etc, relacionados con los hechos generadores de la obligación.
- j. Entre otras.

2.6.3 Principales Impuestos.

Los principales impuestos en la República Dominicana conforme a la Dirección General de Impuestos (DGII, 2019) son:

- Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).
- Impuesto sobre la Renta (ISR).
- Impuesto Selectivo al Consumo.
- Impuestos sobre Sucesiones.
- Impuestos sobre Donaciones.

- Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI).
- Impuestos a los Vehículos de Motor.

En los siguientes subtemas se explican los mismos de manera sintetizada.

2.6.3.1 Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS):

La tasa general de este impuesto es de un 18%, y aplica a todos los bienes que han sido objeto de un proceso de industrialización. Si los mismos se encuentran en estado natural o pertenecen a la canasta familiar no son gravados por este tipo de impuesto. La DGII señala en su documento ¿Qué es eso llamado impuesto? Que algunos bienes y servicios se encuentran exentos del pago de este tipo de impuesto, tales como: el agua, electricidad, salud y educación, entre otros.

Es importante resaltar, conforme al Código Tributario, Título II de la (Ley 11-92, 1992) que los responsables del pago del referido impuesto son las personas físicas y jurídicas (nacionales y extranjeras) que realicen un proceso de transferencia e importación de bienes industrializados o presten servicios. Además, son responsables las empresas de naturaleza pública y privadas, que realicen o no actividades gravadas, por tal razón tienen conforme a la DGII, la obligación de practicar retenciones al ITBIS involucrado en los servicios y bienes que las mismas prestan.

Este tipo de impuesto en otros países le denomina Impuesto al Valor Agregado (IVA).

La declaración y pago de este impuesto conforme a la (DGII, 2019) debe realizarse en el transcurso de los primeros veinte (20) días del mes siguiente al periodo declarado.

El no cumplimiento de este deber señala la dirección citada se penaliza con multas de cinco (5) a treinta (30) salarios mínimos.

2.6.3.2 Impuesto sobre la Renta (ISR):

Este impuesto grava toda renta, ingreso, utilidad o beneficio que haya sido obtenido por personas naturales, sociedades y sucesiones indivisas, en un periodo fiscal determinado. Título II (Ley 11-92, 1992). Los agentes de retención de este son las entidades públicas, comerciales, sociedades y otras que por mandato de la Ley referida, deberán descontar del monto a pagar a las personas físicas y sucesiones indivisas, la cantidad de impuesto que le corresponda, debiendo entregarlo dentro de los diez (10) días después del cierre del periodo declarado a la Administración Tributaria. Mientras que la persona física debe presentar y pagar la declaración Jurada de este (*IR-1*) hasta el 31 de marzo de cada año, las Sociedades (*IR-2*) la debe hacerlo 120 días después de su fecha de cierre. Mientras que la Declaración Jurada Anual del Impuesto sobre los Activos (ACT) debe presentarse en la misma fecha que la del ISR, y el impuesto que resulte a pagar debe, conforme a la DGII, ser saldado en dos cuotas iguales.

La tasa que deben pagar las personas jurídicas es de un 27%, las naturales pagan sobre la renta neta gravable del ejercicio fiscal en base a la escala mostrada en la tabla Núm. 1.

Escala de retención asalariados 2018 y 2019

<i>Escala Anual</i>		<i>Tasa</i>
Rentas hasta RD\$ 416,220.00		Exento
Rentas desde RD\$416,220.01	hasta	15% del excedente de RD\$416,220.01
RD\$624,329.00		
Rentas desde RD\$624,329.01	hasta	RD\$31,216.00 más el 20% del excedente de RD\$624,329.01
RD\$867,123.00		
Rentas desde RD\$867,123.01 en adelante		RD\$79,776.00 más el 25% del excedente de RD\$867,123.01

Fuente: (DGII, 2019)

Cabe resaltar, que están del pago del ISR las rentas del Estado, del Distrito Nacional, centros sociales, entidades de asistencia social, caridad, entre otras.

2.6.3.3 Impuesto Selectivo al Consumo

En base a lo señalado por la (DGII, 2019), este es el impuesto que grava las transferencias de algunos bienes de producción nacional a nivel de fabricación, así como su importación; servicios de telecomunicaciones y de seguros. Entre estos señala los siguientes:

- Productos de alcohol.
- Productos de tabaco.
- Servicios de telecomunicaciones.
- Seguros en general.
- Emisión de cheques y transferencias electrónicas.

Este lo declara y pagan las empresas que producen y fabrican los bienes antes señalados, así como los importadores de estos y los prestadores de los servicios antes citados. La tasa que pagan estos, señala el organismo gubernamental, dependerá del tipo de producto o servicio. En específico:

- Un 10% más RD\$626.48, los productos del alcohol, bebidas alcohólicas y cervezas.
- Para los productos de tabaco, un 20% más RD\$52.95 por la cajetilla de 20 unidades y RD\$26.48 por la cajetilla de 10 unidades.
- 10%, servicios de telecomunicaciones.
- 16%, servicios de seguros.
- 0.0015 sobre el valor de cada cheque pagado, así como los pagos realizados a través de transferencias electrónicas.

Es importante destacar, que este impuesto debe ser pagado antes del día 20 de cada mes.

2.6.3.4 Impuestos sobre Sucesiones

En primer lugar, es válido aclarar que una *Sucesión* es la transferencia de un conjunto de bienes, derechos y obligaciones que los herederos reciben tras la muerte de alguien. (DGII, 2019). El impuesto referido en esta sección se aplica a estas y se paga, conforme al organismo antes citado, al momento de recibir la herencia. El cálculo de este se realiza en base al monto total de la herencia, incluyendo bienes e inmuebles aunque no exista testamento, luego de deducir las deudas que tenía el finado, los gastos incurridos durante la última enfermedad que estén pendientes, importes de las deudas mortuorias y gastos funerarios, créditos hipotecarios cuya deducción no sea mayor del monto del valor del inmueble y no la hipoteca no contemple la exigencia de un seguro en caso de muerte, gastos de fijación de sellos e inventarios de bienes,

prestaciones laborales, deudas pendientes de pagos, los impuestos y derechos que el finado haya dejado pendiente.

La Dirección General de Impuestos aclara que las personas que deben pagar el impuesto señalado son los herederos, sucesores y beneficiarios del testamento, luego de verificar las exenciones existentes de pago. La tasa a pagar es de un 3% sobre la masa sucesoral luego de realizadas las deducciones antes referidas. La Declaración Jurada de Sucesiones debe presentarse dentro de los noventa (90) días después del fallecimiento, anexando diversos documentos, como son: formulario de la declaración jurada (SD-2), copia del acta de defunción del fallecido de la cedula de este y de los herederos, copia del acta de matrimonio, copia del acta notarial de determinación de los herederos, copia de los títulos de los bienes e inmuebles del fallecido, entre otros.

2.6.3.5 Impuestos sobre Donaciones

Al igual que el anterior acápite, es oportuno antes de explicar este impuesto, señalar que el concepto *Donación*, es el acto que consiste en dar fondos u otros bienes materiales, cuyas razones en la mayoría de los casos es por: solidaridad, afecto o caridad. El impuesto sobre estas refieren en (DGII, 2019) debe ser pagado por las personas que reciben la donación a menos que se agregue en el acto que el donante lo cubrirá. La tasa a pagar es la misma que el ISR, es decir, 27%. Y para realizar el pago deben presentar una Declaración Jurada en la oficina de la DGII acompañada de diversos documentos.

Es oportuno aclarar, que algunas donaciones se encuentran exentas del pago de este impuesto, como son: donaciones hechas a instituciones de caridad o de utilidad pública reconocida por el Estado o donaciones realizadas para fomentar el bien de la familia, y si el monto de estas es a lo sumo RD\$500.00.

2.6.3.6 Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI)

Este es un impuesto cobrado anual que se le aplica al monto total del patrimonio inmobiliario gravado⁷⁷ que hayan sido registrados por las personas físicas y los fideicomisos. Las tasas a pagar, si es para persona física, es el 1% del excedente del patrimonio gravado. Y para los fideicomisos, el 1% del valor total del patrimonio gravado. Este impuesto se paga en dos (2) cuotas semestrales (11 de marzo y 11 de septiembre), presentando la Declaración Jurada al Patrimonio Inmobiliario durante los primeros sesenta (60) días del año.

Los inmuebles que pueden ser objetos de este impuesto son: todas las viviendas, solares urbanos, inmuebles que sean destinados a actividades comerciales, industriales y profesionales. Aunque existen algunas exenciones.

2.6.3.7 Impuestos a los Vehículos de Motor

En estos se incluyen los impuestos referidos a trámites de vehículos de motor, tales como:

- Impuesto de circulación de vehículos de motor (marbete).

⁷⁷ Patrimonio gravado son los inmuebles que no tienen exenciones y poseen un valor conjunto superior a RD\$7,438,197. Y para los fideicomisos si el inmueble no tiene exenciones independientes de su valor. (DGII, 2019)

- Legislación.
- Consultas.
- Trámites.
- Formulario de vehículos de motor. (DGII, 2019)

Por último, es importante resaltar que de los principales impuestos aplicados en la República Dominicana, de los que la Dirección General de Impuestos Internos y otras autoridades o agentes de retención recaudan un mayor volumen es de los dos (2) primeros, el Impuesto sobre la Renta (ISR) y el Impuestos sobre la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS). Presentando del total recaudado a diciembre 2018 (RD\$35,703.02 millones), el 29.73% el ISR (RD\$10,615.4 millones) y el 26.32% el ITBIS (RD\$9,397.8). Es decir, que estos dos impuestos totalizan más del 50% de las recaudaciones realizadas. (DGII, 2018)

2.6.4 Infracciones o faltas tributarias.

Una infracción o falta tributaria en la República Dominicana es toda forma de incumplimiento de obligaciones tributarias tipificadas y sancionadas conforme a lo señalado en el Capítulo XIII, art. 197 del Código Tributario del país. (Ley 11-92, 1992) En el referido capítulo se resalta que la configuración del delito tributario requiere la existencia de dolo⁸ o culpa. Y que el presunto infractor sólo puede librar la responsabilidad de tal delito demostrando que no produjo el hecho que constituyó la infracción.

⁸ Dolo: es realizar una acción que provoque algún tipo de daño a otra persona de forma voluntaria. Mientras que la Culpa, cuando no se persigue de manera consciente que la acción dañe a la persona.

En el art. 203 y siguientes, señalan que las infracciones tributarias se clasifican en: *faltas tributarias* y en *delitos tributarios*. Dentro de las primeras se constituyen las siguientes conforme a lo señalado en el art. 205:

- La evasión tributaria que no se constituya en defraudación.
- La mora.
- El incumplimiento de los deberes formales de los contribuyentes, responsables y terceros.
- El incumplimiento de los deberes formales de los funcionarios y empleados de la administración tributaria.
- El incumplimiento de los deberes formales de los funcionarios públicos, ajenos a la Administración Tributaria.

Mientras que se constituyen en delitos tributarios (art. 204), los siguientes:

1. La defraudación tributaria.
2. La elaboración y comercio clandestino de productos sujetos a impuestos.
3. La fabricación y falsificación de especies o valores fiscales.

Es importante definir algunos de las infracciones y delitos señalados, para favorecer una mayor comprensión en torno a la estrategia propuesta en este estudio.

- *Evasión Tributaria*: conforme al art. 248 del Código Tributario (Ley 11-92, 1992), incurre en este tipo de infracción la persona que mediante acción u omisión produzca una reducción ilegítima de los ingresos tributarios, la recepción

indebida de exenciones o un perjuicio al sujeto activo de la obligación tributaria. Dentro de estos se incluyen: la presentación de una declaración falsa o inexacta o la omisión total o parcial de pago del tributo por parte del contribuyente o responsable.

- *Mora*: incurre en esta infracción, el que paga la deuda tributaria luego de la fecha establecida.
- *Defraudación Tributaria*: en el art. 236, del Código antes señalado, resalta que incurre en este delito, toda persona que, mediante simulación, ocultación, maniobra o cualquier otra forma de engaño, intente inducir a error al sujeto activo en el cálculo de los tributos, con el objeto de producir o facilitar la evasión total o parcial de estos.

2.6.4.1 Sanciones aplicables a las infracciones tributarias

El art. 221 del Código Tributario de la República Dominicana detalla las sanciones aplicables a las infracciones tributarias señaladas en el anterior subtema. Estas son las siguientes:

1. Privación de libertad.
2. Recargos, intereses y otras sanciones pecuniarias.
3. Comiso de los bienes materiales de objeto de la infracción o utilizados para cometerla.
4. Clausura de establecimientos.
5. Suspensión y destitución de cargo público.

6. Inhabilitación para el ejercicio de oficios y profesiones.
7. Pérdida de concesiones, privilegios, franquicias e incentivos.
8. Cancelación de licencias, permisos e inscripción en registros públicos.

2.7 Incumplimiento Tributario en República Dominicana

Los países de América Latina, conforme a un informe realizado en conjunto por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe y la Corporación Alemana para la Cooperación Internacional (CEPAL, 2010), presentan un bajo nivel de tributación, que se caracteriza por una estructura sesgada hacia impuestos regresivos, tasas de evasión y elusión fiscal elevadas. La República Dominicana no escapa a esta realidad, verificándose a octubre 2018 en el informe “Estimación del Incumplimiento Tributario en a República Dominicana” que el incumplimiento tributario de los contribuyentes presentan en el año 2017 aproximadamente un 61.9% en relación al Impuesto sobre la renta (ISR) de personas jurídicas (negocios) y de un 57.1% en personas físicas; mientras que en relación al Impuesto transferencia bienes industrializados (Itbis) se encuentra en un 43.6%. Verificándose igual comportamiento que en el periodo 2007 a 2017, donde el ISR mantuvo un nivel de incumplimiento superior al 60%, mientras el ITBIS se sitúo en un valor desde un 31% hasta un 42%.(Intec, 2019) Resaltando que estos resultados arrojan un nivel de recaudación de menos de la mitad en los impuestos referidos de lo que potencialmente debería recaudarse, tomando como referencia el tamaño de la economía del país medida a través del Producto Interno Bruto (PIB). (Hacienda, 2018)

Es válido resaltar, que el incumplimiento tributario es una acción ilícita o ilegal, lo cual al ser descubierto por las autoridades competentes trae como consecuencia sanciones, tal como se resaltó en el anterior acápite. En la República Dominicana, la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) con apoyo de otras entidades del Estado ha trazado diversas estrategias para disminuir los niveles antes referidos, pero aunque se ha reducido el nivel de incumplimiento continúa siendo bastante alto, afectando así el desarrollo económico del país y por ende la calidad de vida de los dominicanos.

Es oportuno resaltar que las acciones estratégicas realizadas por la DGII y demás órganos del sistema tributario del país han estado dirigidas en un alta proporción a establecer controles y sanciones, dejando de lado la necesidad de formular una estrategia que favorezca la creación de una cultura de tributación, la cual favorecería que los contribuyentes manifiesten un cumplimiento permanente de todos los deberes tributarios, pues estarían conscientes de su responsabilidad ciudadana y su deber con la sociedad dominicana. Y es que aunque la DGII ha ejecutado algunos pasos hacia la educación tributaria (creando manuales educativos, brindando capacitación, entre otros), todavía no se visualiza un cambio cultural que favorezca la toma de conciencia tributaria en la población dominicana.

En la próxima sección se detalla de forma resumida el concepto cultura tributaria, punto focal de la estrategia propuesta en esta investigación.

2.8 Cultura Tributaria

Antes de explicar el concepto *Cultura Tributaria*, punto focal de este estudio, es importante explicar el término cultura. Esta se define como el conjunto de características distintivas, espirituales, materiales, afectivas e incluso intelectuales, que distinguen a una sociedad o grupo social. La misma no sólo abarca las artes y letras, sino también incluye los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, sus valores, tradiciones y creencias. (Corredor Corrales & Díaz García, 2007) Estos resaltan que la misma debe visualizarse como un conjunto de características que condicionan la creación y recepción de mensajes mediante los cuales la persona edifica o estructura su lenguaje y su visión del mundo. Por este motivo es que presenta una función relevante en la estructuración de los sistemas sociales e institucionales, al servir como instrumento que permite entender los temas de la vida político-institucional. Y es que refieren estos que esta *“forma todo lo que implica transformar y seguir un modelo de vida”*.

Integrando el concepto cultura con el de tributo, los autores arriban a la conceptualización siguiente del término cultura tributaria:

“Es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidos por una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respecto a la ley, responsabilidad ciudadana y

solidaridad social de los contribuyentes". (Corredor Corrales & Díaz García, 2007, pág. 4)

Estos autores afirman, aseveración que comparte el autor del estudio, que para lograr la creación de una cultura tributaria se necesita tiempo, pues la adquisición de conductas culturales en ámbitos como los económicos, sociales y políticos no se realizan en el corto plazo. Resaltando que para crear y acumular esta se necesita tener presente los siguientes valores:

- *Pacto Social*: los estados, así como los poderes, gobiernos, instituciones sociales que no tienen como norte o dirección crear un nuevo modelo de sociedad, provocan una falta de credibilidad y legitimidad ante los ciudadanos, lo cual a su vez ocasiona que estos últimos se resistan a ser administrados por estos.
- *Sociedad como Proyecto*: una característica estructural creciente es el visualizar la sociedad como un proyecto de todos sin excluir un ciudadano.
- *Dinámica*: al percibir la sociedad como un proyecto esto genera que se encuentre en un proceso continuo de construcción. Es decir, aplicando cambios en la información, en los controles establecidos de gestión, de participación.
- *La Información y el Conocimiento*: los autores antes señalados resaltan sobre este valor matricial que el mismo es primordial para que se logren los demás, y es que se necesita poseer información y conocimiento pues de esa forma tendrán la capacidad para garantizar sus derechos.

- *Participación:* referido este a que todos los ciudadanos deben ser parte de la concepción, diseño, planeación y conducción de la sociedad como proyecto, así como en la definición y formulación de las políticas tributarias y procesos de decisión que surjan en el sistema tributario.

Asimismo, Valero y Ramírez (2009) citado por Burga (2015) refieren que para lograr una cultura tributaria, es decir, una educación que esté orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del ámbito social, es necesario que la persona tenga *conciencia tributaria*. Lo cual la definen como “*el sentido común que cada persona tiene para actuar o tomar posición frente al tributo*”. La autora citada refiere que los resultados de un estudio realizado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat) de Perú demostró que la formación de la conciencia tributaria depende de algunos factores, tales como:

- *Valores:* tolerancia, sabiduría, un mundo donde exista paz, cuidado del medio ambiente, utilidad, lealtad, entre otros.
- *Visión del Mundo:* donde incluyen:
 - *Rol del Estado:* relación entre los interés de la sociedad y la gestión del Estado para resolverlos.
 - *Ciudadanía:* enfocándose en el ejercicio de los derechos de la población en la sociedad.
 - *Integración social:* que incluye la indiferencia política, la falta de confianza de la población ante los procesos políticos y los funcionarios así como las instituciones gubernamentales.

- *Procesos y normas sociales*: formado por la justicia procedimental (reglas y procedimientos que intervienen en las decisiones de política tributaria) y la justicia distributiva (relacionada con la equidad entre la carga fiscal aplicada a los ciudadanos y el intercambio fiscal).
- *Reciprocidad*: impacto de la conducta tributaria de la sociedad en la conducta de cada ciudadano en particular en relación al tributo.
- *Factores políticos*: incluyendo en este los sistemas políticos existentes y el grado de democracia que se verifica.

En el próximo capítulo se realiza una breve introducción a las sociedades comerciales (personas físicas y personas jurídicas), pues son estas las que se constituyen en los sujetos pasivos de la obligación tributaria, así como en algunos casos son entes de retención (sujetos activos). Y por demás, el propósito de este estudio es formular un plan que contribuya a que las mismas estén conscientes de su rol en el ámbito fiscal.

Capítulo III. Las sociedades en la República Dominicana

3.1 Sociedades Comerciales. Conceptualización.

Las *Sociedades Comerciales* conforme a lo establecido en el art. 2 de la (Ley Núm 479-08, 2008), son creadas cuando dos o más personas físicas o jurídicas se comprometen a aportar algún tipo de bien con el propósito de llevar a cabo actos de comercio o a realizar alguna actividad comercial organizada, a fin de recibir una proporción de las ganancias generadas, así como soportar las pérdidas que sean producidas.

3.2 Clasificación de las sociedades comerciales en la República Dominicana.

En la República Dominicana se reconocen seis (6) tipos de sociedades, en base a lo establecido en el art. 3 de la (Ley Núm 479-08, 2008) modificado por la Ley Núm. 31-11. Estas se enuncian a continuación:

- a. Las sociedades en nombre colectivo:* son sociedades que realizan operaciones mercantiles o civiles bajo una razón social unificada. En estas sus socios responden por las deudas que no se puedan cubrir con el capital social. Asimismo, algunos socios no aportan capital sino su trabajo, es decir, es un socio industrial.
- b. Las sociedades en comandita simple:* esta clasificación es de tipo personalista caracterizada por la coexistencia de socios colectivos, quienes responden de forma ilimitada a las deudas sociales, participando en la gestión de la misma. Y

por socios comanditarios, que no contribuyen con la administración y su responsabilidad se limita a su aporte.

- c. *Las sociedades en comandita por acciones*: estas se componen de uno o varios socios comanditados que tienen la calidad de comerciantes, y responden de forma indefinida y solidaria a las deudas sociales. Mientras que los demás socios, tienen la calidad de accionistas, respondiendo solamente a las pérdidas en proporción a sus aportes.
- d. *Las sociedades de responsabilidad limitada*: este es un tipo de sociedad mercantil en la que sus socios no responden con su patrimonio, por lo que su responsabilidad se limita al capital aportado.
- e. *Las sociedades anónimas*: es también una sociedad mercantil, en la que sus titulares obtienen su participación mediante la adquisición de títulos o acciones.
- f. *Las sociedades anónimas simplificadas (SAS)*. (BPD, 2013)

Estas conforme a lo señalado en el art. 5 de la ley antes referida, gozan de plena personalidad jurídica a partir de su matriculación en el Registro Mercantil.

3.3 Constitución de las empresas comerciales.

Las sociedades comerciales se forman y prueban a través de una escritura pública o privada debidamente inscrita en el Registro Mercantil (art. 13 de la (Ley Núm 479-08, 2008)). Dichos contratos, conforme a lo establecido en el art. 14, deben contener las informaciones enunciadas a continuación:

- a. Si es una persona física, se deberá presentar: los nombres, las demás generales y los documentos legales de identidad de quienes acceden a formar parte de la

sociedad. En caso de ser una persona jurídica, se requiere: el domicilio y números de Registro Mercantil y del Registro Nacional de los Contribuyentes, así como las generales de sus representantes o apoderados.

- b. La denominación o razón social.
- c. El tipo social adoptado.
- d. El domicilio social previsto.
- e. El objeto.
- f. La duración de la sociedad.
- g. El monto del capital social y la forma en que estará dividido el mismo, especificando los requisitos que deberán cumplirse de este para la constitución de la sociedad, incluyendo la proporción que será suscrita y pagada.
- h. La forma de emisión de las acciones, el valor nominal de estas, así como sus categorías y estipulaciones de sus derechos. Además, los términos particulares para su transferencia, así como las cláusulas para su libre negociación, en aquellas sociedades que procedan estos procesos.
- i. Todo lo relacionado a los aportes en naturaleza (descripciones, evaluaciones y la identificación de las personas físicas y jurídicas que realizan estos aportes), salvo que las informaciones referidas estén contenidas en otros documentos conforme a las reglas específicas de cada tipo de sociedad.
- j. Los aportes industriales de las sociedades comerciales que procedan si esta información no está contenida en otros documentos.
- k. Las ventajas particulares y sus beneficiarios, así como las prestaciones accesorias, en caso de existir.

- l. La composición, el funcionamiento, así como los poderes de los órganos administrativos y de supervisión de la sociedad, así como el o los funcionarios que deberán representarla frente a terceros.
- m. El modo en el cual los órganos deliberativos se constituirán y adoptarán sus resoluciones.
- n. La fecha de cierre del ejercicio social, así como el procedimiento para repartir beneficios y las pérdidas, la constitución de reservas, legales o facultativas, las causales de disolución y el proceso de liquidación.

Dentro del mes siguiente a la suscripción del acto constitutivo, la sociedad y la empresa individual de responsabilidad limitada deberán formular la solicitud de matriculación en el Registro Mercantil, quien analizará la aprobación o rechazo de la misma. Esta matriculación, así como el depósito y la inscripción de los documentos constitutivos se realizarán en la Cámara de Comercio y Producción correspondiente conforme al domicilio social estipulado en los estatutos sociales. Es importante resaltar, que en el art. 16, párrafo núm. 1 de la (Ley Núm 479-08, 2008) resaltan que todas las modificaciones estatutarias, los cambios en el capital social, los procesos de fusión, escisión, transformación, disolución y liquidación de las sociedades, así como aquellos actos y documentos cuya inscripción sea requerida por la Ley de Registro Mercantil estarán sujetos a las formalidades de depósito e inscripción del registro señalado.

3.3.1 Los socios y su aporte al capital de los negocios en la República Dominicana.

En la sección IV de la (Ley Núm 479-08, 2008) se resalta que los esposos sólo pueden ser socios de tres (3) tipos de sociedades, las anónimas, las anónimas simplificadas y las de responsabilidad limitada. En caso de que algunos de los cónyuges obtengan el título de socio del otro, la sociedad debe ser transformada a las señaladas, o este nuevo socio deberá ceder su derecho a un tercero.

En la referida sección, específicamente en su art. 21, se resalta que en caso de que un socio incumpla con su aporte, incurrirá en mora por el vencimiento del plazo, y tendrá la obligación de resarcir los daños y perjuicios que haya ocasionado.

Respecto a las *aportaciones de capital* se especifica que esta debe ser realizada a título de propiedad, salvo se haya estipulado de otra manera. (art. 23) Los bienes aportados deberán ser valuados a su valor nominal luego de las deducciones establecidas y en base a los resultados de un proceso de peritaje⁹. En caso de tratarse de un aporte en efectivo, se especifica en dicha sección, que este se validara mediante escritura. En ese sentido, es oportuno resaltar que no se considera aporte el trabajo o los servicios personales de los socios. No obstante, estos deberán ser compensados con prestaciones accesorias.

⁹ Proceso que realiza una persona experta para valuar un bien económico.

Finalmente, el monto del capital social de las sociedades comerciales se constituirá, en base a lo señalado en el art. 24 de la (Ley Núm 479-08, 2008), de todos los aportes de sus socios, el mismo se puede expresar en moneda extranjera de libre convertibilidad.

3.4 Importancia de las sociedades comerciales (negocios) en la economía de un país.

Las sociedades (personas físicas y jurídicas) tienen un rol relevante en la economía dominicana, pues tal como refieren estadísticas, estas representan una proporción significativa del PIB, ejemplo de tal aseveración, es que en el año 2015 representaron el 9% del PIB (sólo tomando la participación de los comercios, sin incluir los demás negocios). Y es que estas se constituyen en uno de los mayores generadores de empleos. Así, como entes retenedores o perceptores de ingresos para el fisco. De ahí, que sus desempeños y resultados reflejan el dinamismo o estancamiento de la economía del país.

Capítulo IV. Investigación de Campo

4.1 Metodología de la investigación.

En este subtema se presenta la metodología implementada para llevar a cabo la investigación que permitió hacer el diagnóstico de la situación actual en relación al comportamiento tributario de los sujetos activos actuales y potenciales de la obligación tributaria en la República Dominicana.

Es importante aclarar que esta investigación se realizó durante los días del 16 al 23 de octubre del año 2019, y consistió en la realización de una *encuesta*. Cabe resaltar que este término hace referencia, en base a la opinión del autor del estudio, a un proceso aplicado a un grupo de personas en el que se les realiza una serie de preguntas a fin de conocer su opinión respecto a un problema o sobre un tema específico.

4.1.1 Objetivo de la investigación.

Un *Objetivo* es un concepto que refleja lo que se desea alcanzar con la investigación realizada. (Hernández & Fernández, 2010) Este autor afirma que estos sirven de guía para el estudio y la definición de estos evita las posibles desviaciones. El objetivo general que se alcanzó con el desarrollo de la encuesta fue:

Conocer la situación actual en torno a la obligación tributaria en los negocios dominicanos.

Los objetivos específicos que favorecieron la consecución de este fueron los siguientes:

1. Determinar el nivel de conocimiento sobre el concepto tributo y los beneficios de este para el Estado y la sociedad.
2. Investigar las razones que justifican el no cumplir con la obligación tributaria.
3. Identificar qué factores favorecerían la creación de una cultura tributaria por parte de los sujetos pasivos de la obligación tributaria.

4.1.2 Población y Muestra.

La *Población* o *Universo* es el conjunto de todos los elementos que se pretenden investigar. Está en base a lo afirmado por Triola (2009) puede ser finita (Menos de 100,000 elementos) o infinita (Más de 100,000 elementos). En este estudio la población estuvo conformada por todas las personas físicas, así como las personas jurídicas que realizan negocios o se encuentran instaladas en el territorio de la República Dominicana. De forma específica, y conforme a los datos de la Oficina Nacional de Estadística (ONE, 2016) existen 457,095¹⁰ negocios en el país, concentrándose aproximadamente un 40% en la provincia Santo Domingo y el Distrito Nacional, por este motivo la investigación se concentró en los negocios de esa zona.

Por otro lado, es importante aclarar, que aunque no se les aplicó encuesta, un tercer segmento de este estudio lo constituyeron los niños y adolescentes, pues los mismos serán los que tendrán la obligación tributaria en el futuro; y como una opinión personal, para favorecer el logro de la estrategia propuesta en este estudio se necesita que desde muy temprana edad se reconozca la importancia de esta responsabilidad tanto para el Estado como para la sociedad. Y es que la creación de una cultura tributaria es

¹⁰ Incluyendo tanto personas físicas como personas jurídicas.

un proceso a largo plazo, pues se necesita modificar aspectos de índole económicos, sociales y políticos.

4.1.2.1 Determinación del tamaño de la muestra.

Levin & Rubin (2007) refiere que el término *Muestra* es un subconjunto de una población o universo. En este estudio al ser una población infinita en ambos segmentos se calculó esta a través de la fórmula mostrada debajo, teniendo como datos de entrada los siguientes:

P= probabilidad de éxito (50%)

Q= probabilidad de fracaso (50%)

Z= nivel de confianza (95%)= 1.96 (campana de Gauss)

E= margen de error (5%)

$$n = (Z^2 * P * Q) / E^2$$

$$n = (1.96^2 * 0.50 * 0.50) / 0.05^2$$

$$n = 384 \text{ elementos}$$

Cabe resaltar que se empleó un *muestreo probabilístico aleatorio simple*¹¹ para el primer segmento (personas físicas). Mientras que para el segundo (personas jurídicas) se aplicó un *muestreo no aleatorio o de juicio*¹², debido a la complejidad de contacto de los directivos de estos negocios. Para el primer segmento se alcanzaron ciento cuarenta y cinco (145) personas totalizando un 37.76% de la muestra, mientras que se

¹¹ Muestreo en el que cada posible elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado. (Levin & Rubin, 2007)

¹² Muestreo en el que no todos los elementos que conforman el universo tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra. (Levin & Rubin, 2007)

aplicó a cien (100) negocios del segundo segmento, que representó un 26.04%, totalizando un 63.80% del total de la muestra calculada.

4.1.3 Instrumento de Recolección.

Para la recolección de las informaciones pertinentes se emplearon dos (2) cuestionarios¹³, el primero dirigido a personas físicas (Ver Anexo No. 2) contó con ocho (8) preguntas, de las cuales siete (7) fueron de selección múltiples y una (1) cerrada. El segundo aplicado a personas jurídicas contó con siete (7) preguntas, de las cuales dos (2) fueron cerradas, una (1) abierta y las cuatro (4) restantes de selección múltiples (Ver Anexo no. 3),

4.2 Presentación de los resultados.

Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta se presentan en los siguientes acápite. Estos fueron divididos en dos (2) grupos para facilitar la comprensión de los mismos.

Cabe resaltar que las *personas físicas o naturales* son las personas que poseen una renta de su trabajo personal o de actividades comerciales¹⁴. (DGII, 2017) Mientras que las *jurídicas* son las entidades que se encuentran identificadas con una denominación

¹³ Conjunto ordenado y coherente de preguntas cuya finalidad es la obtención de las informaciones relevantes para favorecer la realización de una investigación. (Grande Esteban & Abascal Fernández, 2007)

¹⁴ Actividades como: profesionales liberales, personas con múltiples ingresos, propietarios o arrendatarios que exploten terrenos, prestadores de servicios y otras ocupaciones lucrativas, personas que reciban ingresos por el alquiler de inmuebles, préstamos, entre otros.

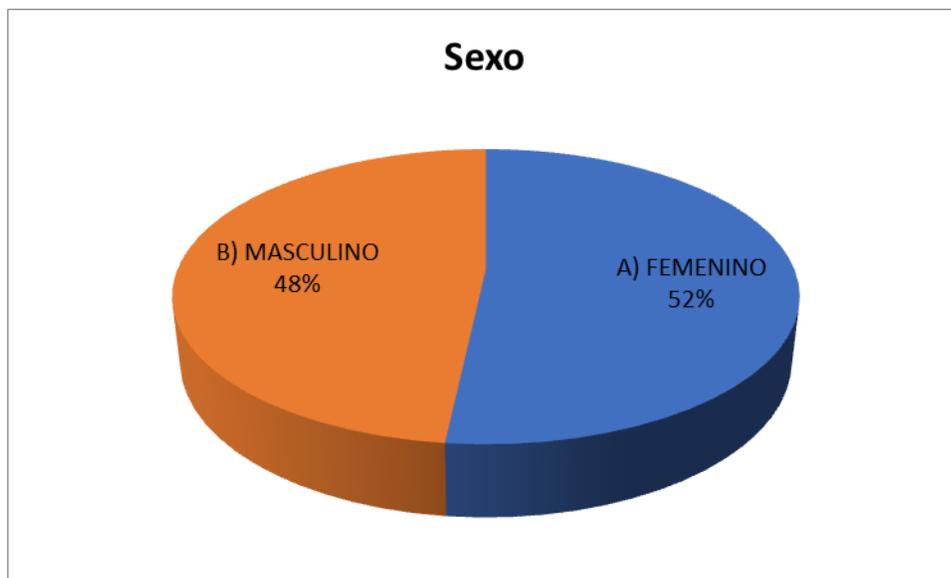
social constituidas en base a las disposiciones de la Ley No. 479-08 sobre compañías de carácter comercial y empresas individuales de responsabilidad limitada.

4.2.1 Resultados Encuesta a Personas Físicas.

1. Sexo:

PREGUNTAS	Resultados	%
A) FEMENINO	75	51.72%
B) MASCULINO	70	48.28%
TOTAL	145	100.00%

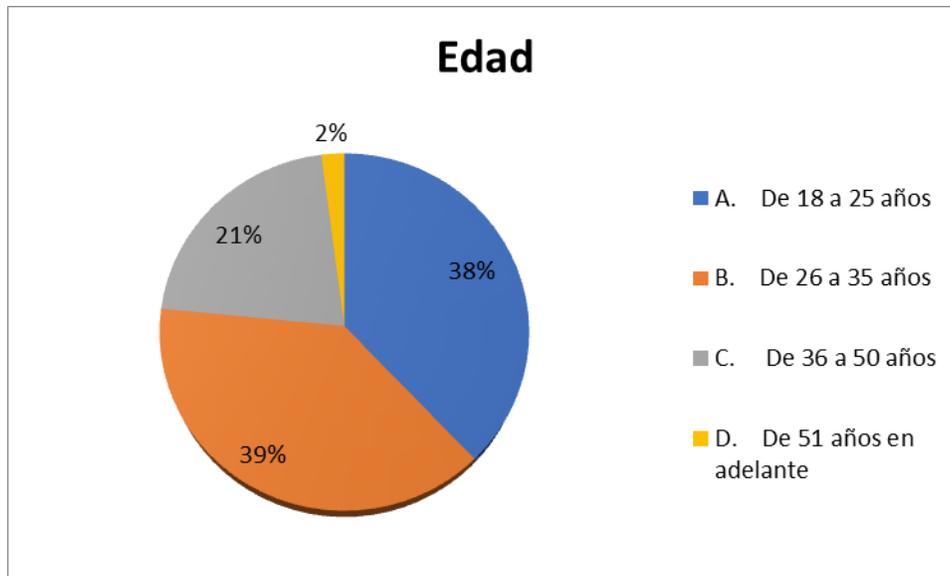
El 51.72% de las personas físicas encuestadas fueron del sexo femenino.



2. Edad:

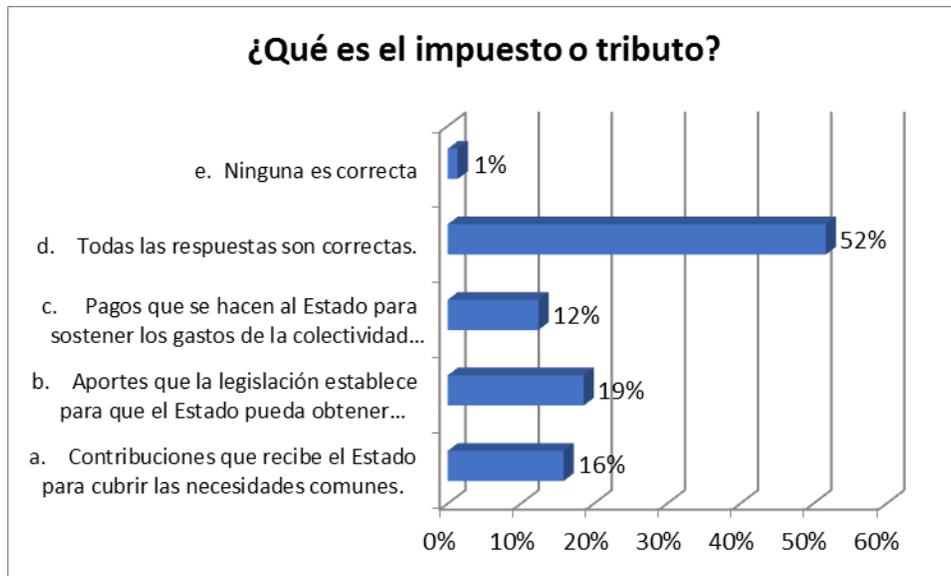
PREGUNTAS	RESULTADOS	%
A. De 18 a 25 años	55	38%
B. De 26 a 35 años	56	39%
C. De 36 a 50 años	31	21%
D. De 51 años en adelante	3	2%
TOTAL	145	100%

La mayoría de las personas entrevistadas tienen entre 18 años y menos de 35 años de edad, específicamente el 77%.



3. ¿Qué es el Impuesto o Tributo?

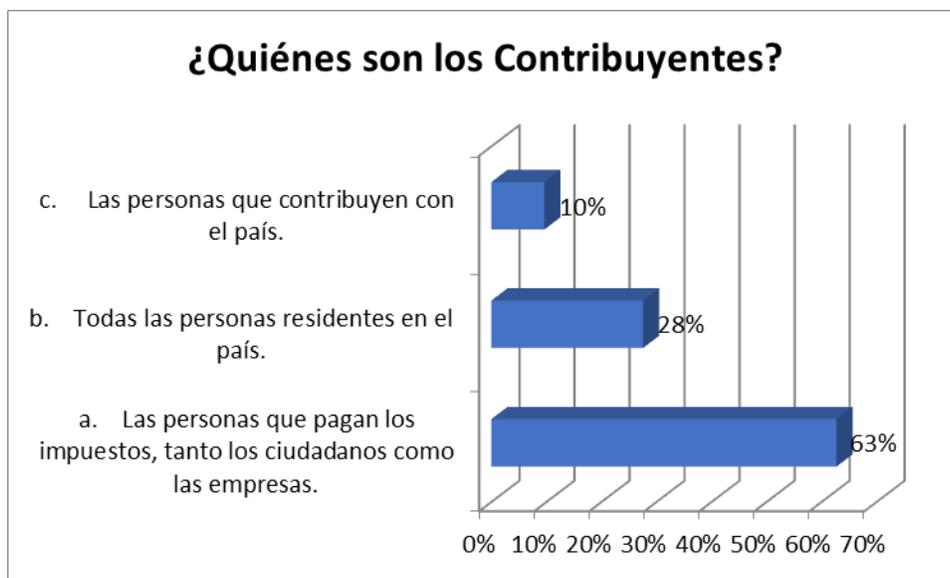
PREGUNTAS	RESULTADOS	%
a. Contribuciones que recibe el Estado para cubrir las necesidades comunes.	23	16%
b. Aportes que la legislación establece para que el Estado pueda obtener recursos y servicios públicos y así hacer frente a las necesidades de los habitantes.	27	19%
c. Pagos que se hacen al Estado para sostener los gastos de la colectividad organizada.	18	12%
d. Todas las respuestas son correctas.	75	52%
e. Ninguna es correcta	2	1%
TOTAL	145	100%



La mayoría de los encuestados muestra tener conocimiento del término impuesto (99%). No obstante, sólo el 52% contestó la respuesta d. la cual fue la que cubría diversas conceptualizaciones de este.

4. *¿Quiénes a su entender son los contribuyentes y demás responsables de la obligación tributaria?*

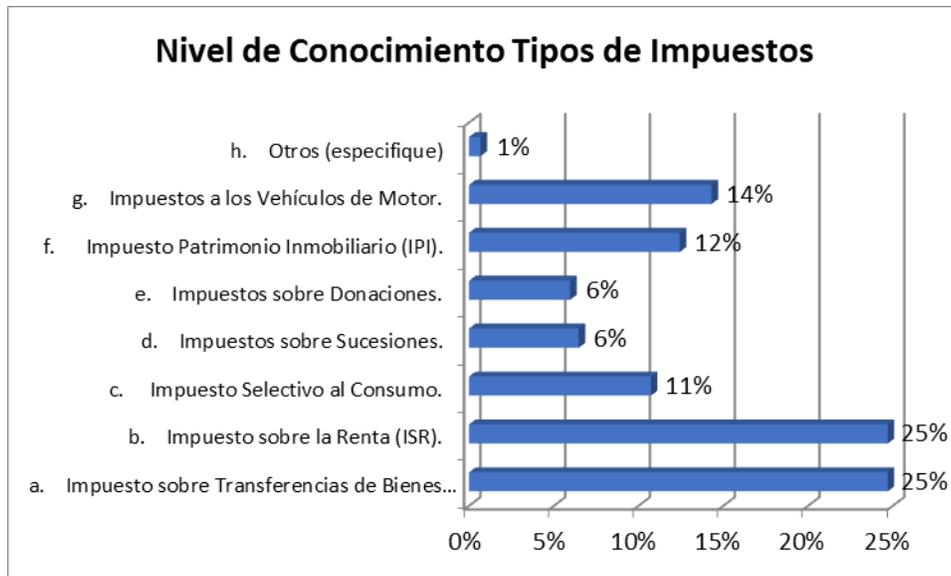
PREGUNTAS	RESULTADOS	%
a. Las personas que pagan los impuestos, tanto los ciudadanos como las empresas.	91	63%
b. Todas las personas residentes en el país.	40	28%
c. Las personas que contribuyen con el país.	14	10%
TOTAL	145	100%



El 63% de los encuestados mostró conocer quiénes son las personas obligadas a cumplir con el pago de los impuestos o tributos. Sin embargo, las respuestas del 37% restante indican que una alta proporción de personas físicas desconocen los sujetos pasivos de la obligación tributaria.

5. Indique cuáles de los siguientes impuestos usted conoce:

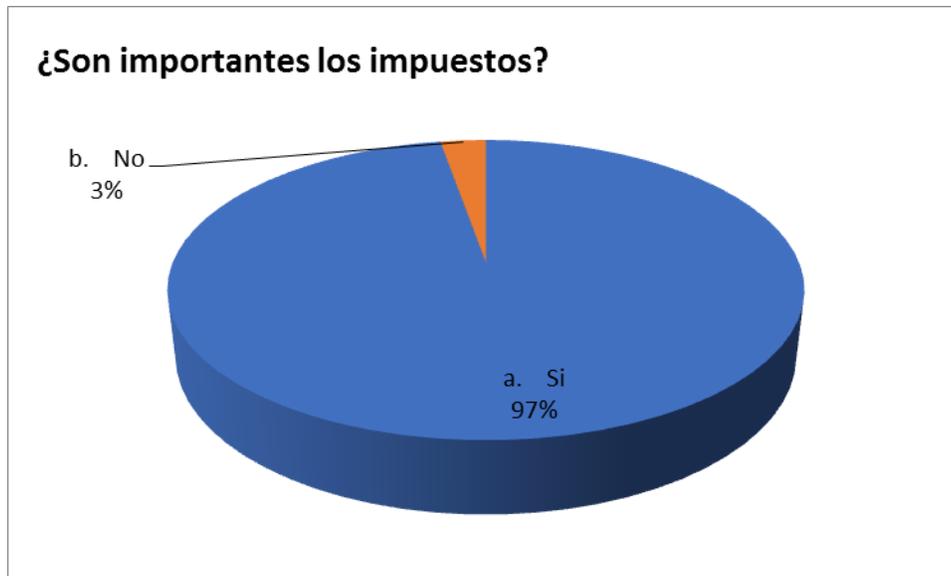
PREGUNTAS	RESULTADOS	%
a. Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).	145	25%
b. Impuesto sobre la Renta (ISR).	145	25%
c. Impuesto Selectivo al Consumo.	63	11%
d. Impuestos sobre Sucesiones.	38	6%
e. Impuestos sobre Donaciones.	35	6%
f. Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI).	73	12%
g. Impuestos a los Vehículos de Motor.	84	14%
h. Otros (especifique)	4	1%
TOTAL	587	100%



Los resultados mostrados en la tabla y gráfico anteriores indican que los impuestos que todos los contribuyentes conocen son el *impuesto sobre la renta (ISR)* así como el *Impuesto sobre transferencias de Bienes Industrializados (ITBIS)*, lo cual está acorde con las estadísticas mostradas por la Dirección General de Impuestos (DGII) en sus análisis de recaudación mensuales en las que se observa que estos presentan las mayores proporciones dentro del volumen recaudado, como se explicó en el capítulo II, subtema 2.7.

6. *¿Considera que los impuestos o tributos son importantes para el sostenimiento de la sociedad?*

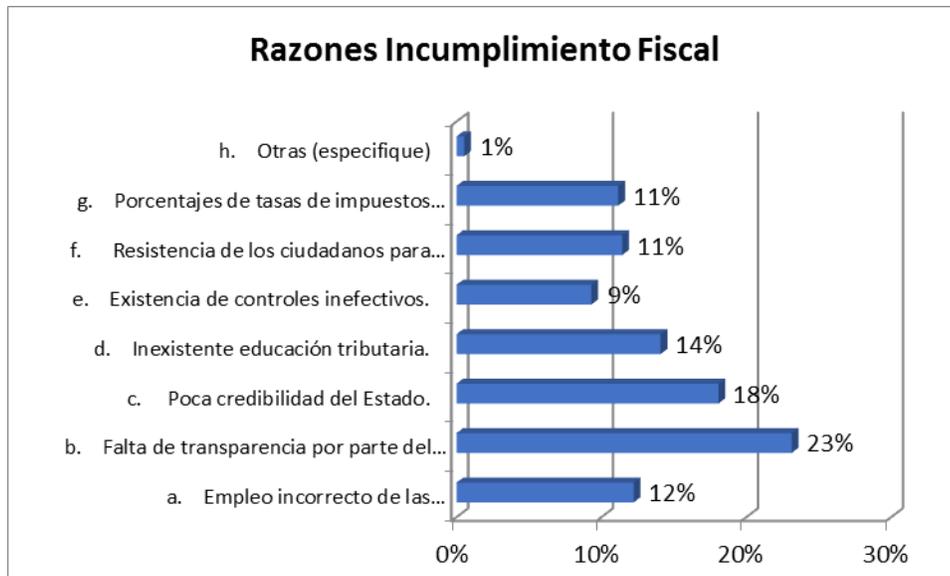
PREGUNTAS	RESULTADOS	%
a. Si	141	97%
b. No	4	3%
TOTAL	145	100%



El 97% de las personas físicas que formaron parte de este estudio considera que los impuestos son importantes para el sostenimiento de la sociedad.

7. *¿Cuál (es) de la(s) siguientes razones usted provocan el alto nivel de incumplimiento fiscal en el país?*

PREGUNTAS	RESULTADOS	%
a. Empleo incorrecto de las recaudaciones por parte del Estado.	46	12%
b. Falta de transparencia por parte del Estado.	87	23%
c. Poca credibilidad del Estado.	68	18%
d. Inexistente educación tributaria.	53	14%
e. Existencia de controles inefectivos.	35	9%
f. Resistencia de los ciudadanos para cumplir con la obligación tributaria.	43	11%
g. Porcentajes de tasas de impuestos aplicadas no proporcionales al tamaño del negocio.	42	11%
h. Otras (especifique)	2	1%
TOTAL	376	100%



Las razones principales que provocan el incumplimiento de la obligación tributaria en el país, en base a las respuestas del segmento personas físicas, son: *falta de transparencia por parte del Estado (23%), poca credibilidad del Estado (18%), inexistente educación tributaria (14%) y empleo incorrecto de las recaudaciones por parte del Estado (12%)*. Lo cual refleja un alto nivel de desconfianza de los contribuyentes hacia la utilización correcta del volumen recaudado por parte del Estado Dominicano.

8. *¿Cuál(es) de la(s) siguientes acción(es) considera usted podrían contribuir a reducir el incumplimiento fiscal en el país?*

PREGUNTAS	RESULTADOS	%
a. Concientizar a la ciudadanía de que la obligación tributaria es un deber constitucional.	76	20%
b. Mejorar los niveles de transparencia en el uso de las recaudaciones por parte del Estado y la credibilidad de este.	98	26%
c. Dar participación de los ciudadanos en la definición y elaboración de las políticas tributarias.	39	10%
d. Aplicar tasas de impuestos proporcionales al tamaño del negocio.	70	18%

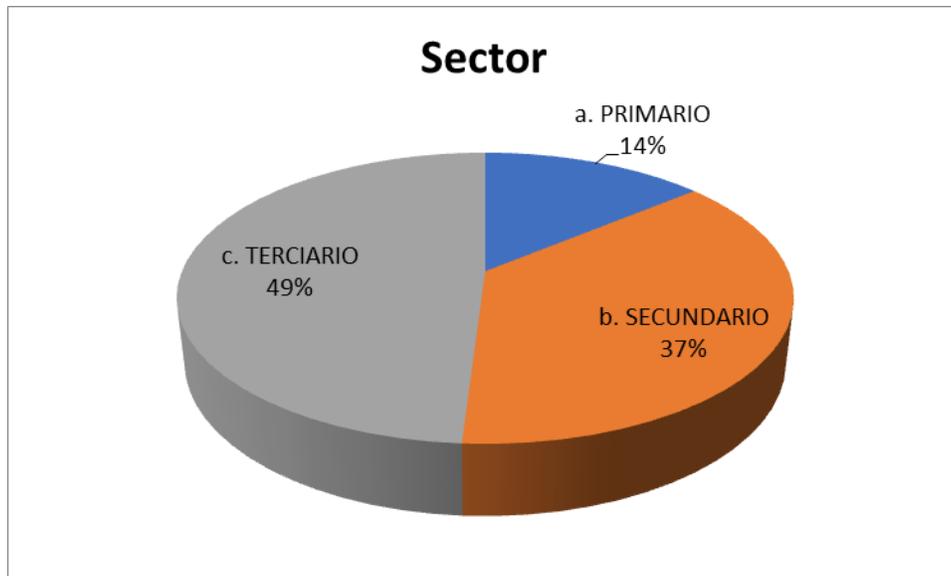
e. Iniciar programas que permitan fomentar la educación tributaria a la población desde temprana edad.	47	12%
f. Mejorar la información y conocimientos de los directivos en los negocios a fin de que los mismos tengan la capacidad para garantizar sus derechos.	46	12%
g. Otros (especifique).	5	1%
TOTAL	381	100%

Las personas físicas que formaron parte de la encuesta opinaron que las principales acciones que podrían contribuir en la reducción del incumplimiento tributario lo cual está en concordancia con la creación de una cultura tributaria en el territorio nacional son: *mejorar los niveles de transparencia en el uso de las recaudaciones por parte del Estado y la credibilidad de este (26%), concientizar a la ciudadanía de que la obligación tributaria es un deber constitucional (20%) y la aplicación de tasas proporcionales de impuesto en base al tamaño de los negocios.* Cabe resaltar que estas acciones están acorde con lo manifestado en la pregunta anterior, en la que se observa que si se modifica la percepción del ciudadano dominicano respecto al Estado, esto repercutirá de forma favorable en el incremento del cumplimiento de la obligación tributaria en el país.

4.2.2 Resultados Encuesta a Personas Jurídicas.

1. Sector:

PREGUNTAS	Resultados	%
a. PRIMARIO	14	14%
b. SECUNDARIO	37	37%
c. Terciario	49	49%
TOTAL	100	100%

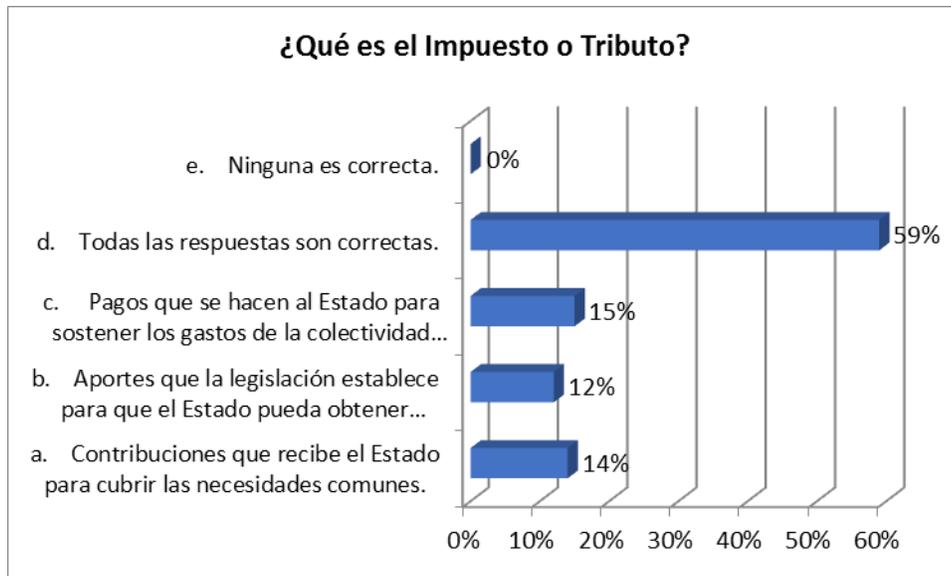


La mayoría de las personas jurídicas que formaron parte del estudio de campo pertenecen a los sectores secundario y terciario, específicamente un 86%. Es oportuno aclarar los negocios incluidos en cada sector.

- *Primario:* agricultura, minería y otras industrias de recursos naturales.
- *Secundario:* incluye empresas dedicadas a la fabricación, ingeniería y construcción.
- *Terciario:* compuestos por las industrias de servicios. (Euribol, 2016)

2. ¿Qué es el Impuesto o Tributo?

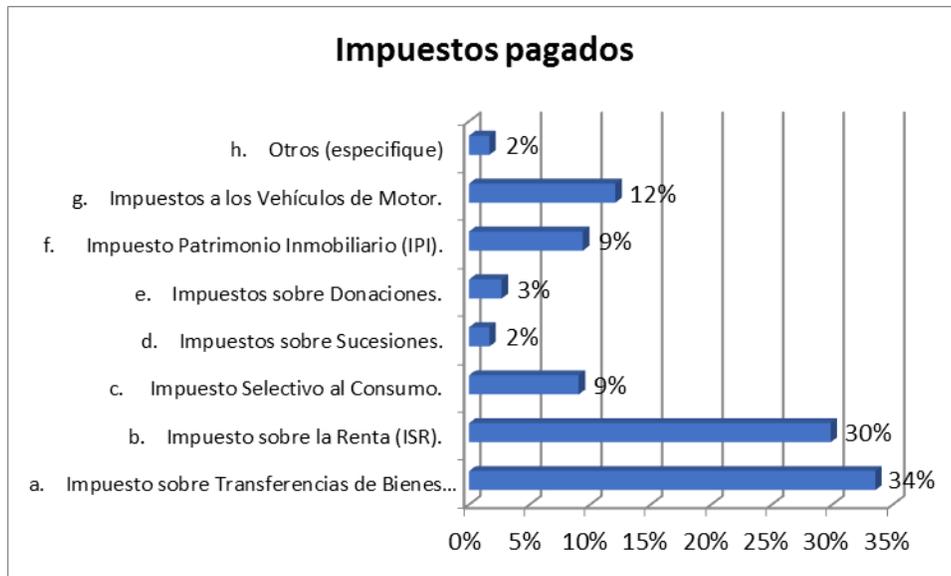
PREGUNTAS	Resultados	%
a. Contribuciones que recibe el Estado para cubrir las necesidades comunes.	14	14%
b. Aportes que la legislación establece para que el Estado pueda obtener recursos y servicios públicos y así hacer frente a las necesidades de los habitantes.	12	12%
c. Pagos que se hacen al Estado para sostener los gastos de la colectividad organizada.	15	15%
d. Todas las respuestas son correctas.	59	59%
e. Ninguna es correcta.	0	0%
TOTAL	100	100%



Al igual que el segmento de personas físicas, las jurídicas muestran un alto conocimiento en relación al concepto impuesto. Pues el 59% de estas seleccionó la respuesta que incluía las diferentes conceptualizaciones de este término.

3. Indique cuales de los siguientes impuestos usted ha tenido que pagar:

PREGUNTAS	Resultados	%
a. Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).	100	34%
b. Impuesto sobre la Renta (ISR).	89	30%
c. Impuesto Selectivo al Consumo.	27	9%
d. Impuestos sobre Sucesiones.	5	2%
e. Impuestos sobre Donaciones.	8	3%
f. Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI).	28	9%
g. Impuestos a los Vehículos de Motor.	36	12%
h. Otros (especifique)	5	2%
TOTAL	298	100%



Aproximadamente el 100% de las personas jurídicas encuestadas han cumplido con el pago del ISR, así como el ITBIS. Asimismo, han pagado el impuesto a los vehículos de motor (12%), el impuesto al patrimonio inmobiliario (9%) e impuesto selectivo al consumo (9%). Los impuestos menos pagados, lo cual está acorde con la naturaleza de estos (pues dependen de un evento fortuito), fueron: impuesto sobre donaciones (3%) e impuesto sobre sucesiones (2%).

4. *¿Considera que los impuestos o tributos son importantes para el sostenimiento de la sociedad?*

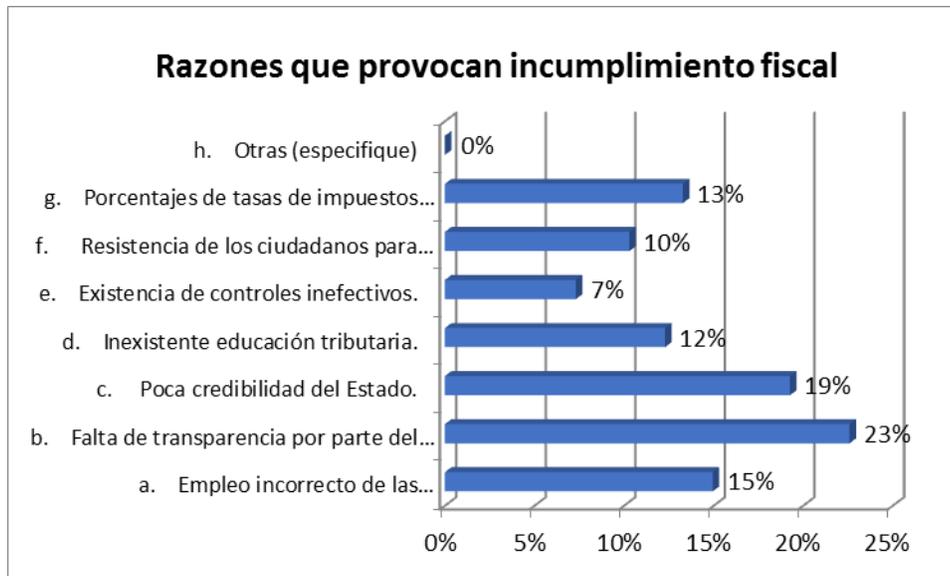
PREGUNTAS	Resultados	%
a. Si	99	99%
b. No	1	1%
TOTAL	100	100%



Sólo una de las personas jurídicas encuestadas considero que los impuestos o tributos carecen de importancia para la sostenibilidad de la sociedad.

5. *¿Cuál(es) de la(s) siguientes razones considera usted provocan el alto nivel de incumplimiento fiscal en el país?*

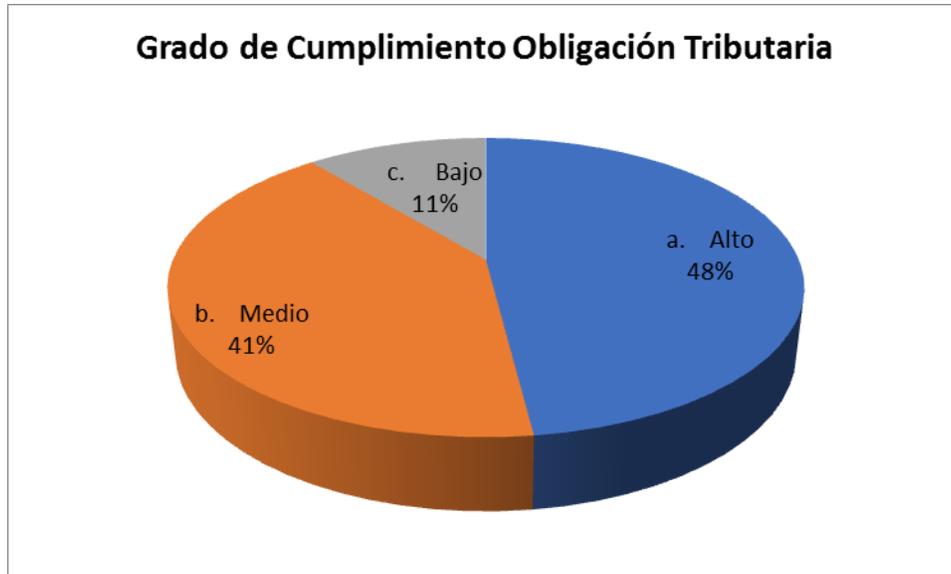
PREGUNTAS	Resultados	%
a. Empleo incorrecto de las recaudaciones por parte del Estado.	45	15%
b. Falta de transparencia por parte del Estado.	68	23%
c. Poca credibilidad del Estado.	58	19%
d. Inexistente educación tributaria.	37	12%
e. Existencia de controles inefectivos.	22	7%
f. Resistencia de los ciudadanos para cumplir con la obligación tributaria.	31	10%
g. Porcentajes de tasas de impuestos aplicadas no proporcionales al tamaño del negocio.	40	13%
h. Otras (especifique)	0	0%
TOTAL	301	100%



Las respuestas de este segmento coinciden con el segmento de personas físicas, manifestándose un alto peso a la imagen del Estado Dominicano. Específicamente, un 23% afirmó que el nivel de incumplimiento fiscal en el país tiene su causa en la falta de transparencia por parte del Estado, así como la poca credibilidad de este con un 19%. Asimismo, consideraron que otra razón es el uso incorrecto de este de las recaudaciones (15%), además de la inexistente educación tributaria de los dominicanos que por sus características tienen la responsabilidad fiscal.

6. *¿En qué grado considera usted cumple la empresa con su obligación tributaria?*

PREGUNTAS	Resultados	%
a. Alto	48	48%
b. Medio	41	41%
c. Bajo	11	11%
TOTAL	100	100%



El 48% de las personas físicas entrevistadas en este estudio manifestó que cumple con su obligación tributaria en un alto grado. Sin embargo, el 52% restante considera que su nivel de cumplimiento se encuentra entre medio y bajo.

7. *¿Cuál(es) de la(s) siguientes acción(es) considera usted podrían contribuir a mejorar el cumplimiento fiscal en el país?*

PREGUNTAS	Resultados	%
a. Concientizar a la ciudadanía de que la obligación tributaria es un deber constitucional.	53	18%
b. Mejorar los niveles de transparencia en el uso de las recaudaciones por parte del Estado y la credibilidad de este.	90	31%
c. Dar participación de los ciudadanos en la definición y elaboración de las políticas tributarias.	21	7%
d. Aplicar tasas de impuestos proporcionales.	55	19%
e. Iniciar programas que permitan fomentar la educación tributaria a la población desde temprana edad.	34	12%
f. Mejorar la información y conocimientos de los directivos en los negocios a fin de que los mismos tengan la capacidad para garantizar sus derechos.	34	12%
g. Otros (especifique).	3	1%
TOTAL	290	100%

Afín a las respuestas de la anterior pregunta, los encuestados afirman que las acciones que principalmente podrían favorecer la reducción del nivel de incumplimiento fiscal en la República Dominicana son en primer lugar el mejoramiento de los niveles de transparencia por parte del Estado en el uso de las recaudaciones, así como la credibilidad de este. En segundo lugar manifestaron que las tasas aplicadas de impuesto deben ser proporcionales al tamaño del negocio, y en tercer lugar establecer programas que permitan la concientización de la población dominicana en torno a la obligación tributaria.

4.3 Análisis de los resultados.

Los resultados muestran un alto nivel de conocimiento del concepto impuesto, así como de quienes son los contribuyentes, específicamente más del 55% respondió correctamente estas preguntas. No obstante, esta proporción debería ser el 100%

puesto que el desconocimiento provoca *la no acción* que en este caso se constituye en el incumplimiento de la obligación tributaria.

En ese mismo sentido, se observó que pese a este desconocimiento más del 97% de las personas encuestadas reconocen la importancia de los tributos para el sostenimiento de la sociedad dominicana, pero justifican el no cumplir con la obligación tributaria debido a que entienden que el Estado no emplea de forma adecuada estos recursos. Ya que existe un nivel considerable de desconfianza hacia este, debido a que consideran que no está siendo transparente en su gestión o manejo. Unido a esto, afirmaron que las tasas aplicadas no son proporcionales al tamaño de los negocios y que es necesario que se eduque a la ciudadanía en esta materia.

Estas aseveraciones están acorde con las acciones que consideran deben ser ejecutadas para favorecer un cambio de actitud de la población frente a la obligación tributaria. Resaltando que se necesita que se eduque a la ciudadanía así como que se promueva transparencia en el destino del volumen recaudado por parte del Estado, y que las tasas aplicadas guarden una relación adecuada de proporcionalidad respecto al tamaño del negocio.

Capítulo v. Estrategia de Creación de una Cultura Tributaria en los negocios de la República Dominicana.

5.1 Diagnóstico.

Acorde con el análisis presentado en la sección 4.3 y lo descrito en el subtema 2.8 del estudio, se puede validar que en la República Dominicana aunque más del 55% de las personas físicas y jurídicas conocen los impuestos, tipos y su obligación como contribuyente, así como la importancia de estos en el sostenimiento de la sociedad, manifiestan que el nivel de incumplimiento fiscal en el territorio nacional tiene como causa principal la falta de credibilidad y legitimidad del Estado, el cual no refleja transparencia en el manejo y destino de dichos recursos. Asimismo, en la formulación de las políticas tributarias y en los procesos de decisión del sistema tributario, el Estado no ha integrado a la ciudadanía, verificándose la necesidad de que la población dominicana posea los conocimientos y la información que le permita garantizar sus derechos; y así eliminar la resistencia actual ante la obligación tributaria.

La realidad mostrada justifica la necesidad de formular un plan estratégico que permita la creación de una cultura tributaria en el país, propósito principal de este estudio.

5.2 Objetivos.

Los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del plan estratégico propuesto se enfocan en tres (3) dimensiones principales, los cuales son:

1. Dimensión Educación, Formación y Difusión:

Concientizar a la ciudadanía respecto a la obligación tributaria alcanzando en el corto plazo la provincia Santo Domingo, logrando en el largo plazo alcanzar el territorio nacional.

2. Dimensión Estado-Transparencia:

Mejorar los niveles de transparencia y credibilidad del Estado en el largo plazo.

3. Dimensión Inclusión Ciudadana:

Integrar a los contribuyentes en el proceso de decisión del sistema tributario.

5.3 Estrategia y planes de acción.

Las estrategias y acciones que contribuirán en la consecución de los objetivos propuestos en el plan estratégico de este estudio se presentan en los siguientes acápite. Es importante aclarar que la Dirección General de Impuestos (DGII) contempla en su presupuesto una asignación para gastos de publicidad y promociones, los cuales en el año 2019 totalizaron un valor de RD\$185,654,941 pesos, que en cifras relativas representan un 2.27% del presupuesto total. Por lo que se considera que para la ejecución del plan propuesto se cuenta con los recursos necesarios. Asimismo, la DGII tiene un Departamento de Educación Tributaria, que deberá fungir como el coordinador de la ejecución de las acciones sugeridas.

5.3.1 Dimensión: Educación, Formación y Difusión.

Para lograr concientizar a la ciudadanía respecto a su rol como contribuyente se recomiendan tres (3) estrategias principales:

1. *Creación de campaña educativa dirigida a los precontribuyentes y público en general a fin de que conozcan los tributos y la importancia de estos para la sociedad.*

Esta contempla la realización de las siguientes acciones las cuales estarán bajo la responsabilidad del Departamento de Educación Tributaria de la DGII:

- Elaboración y colocación de anuncio televisivo, radial y por las redes sociales, en el que se motive a los precontribuyentes y al público en general en el que se motive a conocer el material educativo¹⁵ en materia tributaria disponible en la página web de la DGII. Esta acción será realizada durante los primeros seis (6) meses del año 2020 de forma ininterrumpida. Luego se insertaran nuevamente los anuncios cada seis (6) meses con una frecuencia de un mes durante los próximos dos (2) años.
- Programación de visitas mensuales a centros educativos y universidades para impartir charlas y distribuir material educativo en torno a los impuestos o tributos. Esta actividad se llevará a cabo durante el periodo 2020-2022, pues como se explicó anteriormente, crear una cultura tributaria es un proceso paulatino y permanente. Es importante resaltar que estas visitas se realizaran conforme a una planificación. Si un centro desea que se les visite, deberán solicitarla vía la

¹⁵ Los materiales educativos en materia tributaria se encuentran en el enlace dgii.gov.do/et/Paginas/default.aspx. Los mismos incluyen: folletos, dinámicas, biblioteca virtual, entre otros.

página web de la DGII, y conforme a los capacitadores disponibles en esta dirección se programarían las mismas.

- Habilitación de los juegos educativos en materia tributaria disponibles en la página web. Esta acción se pretende que se realice antes de los primeros tres (3) meses del año 2020.

2. Planificación de nuevas jornadas de capacitación de docentes y profesionales en materia tributaria, con el objetivo de que estos sean promotores de la cultura tributaria en sus lugares de trabajo.

La ejecución de esta estrategia contempla la realización de capacitaciones dirigidas a docentes y profesionales en materia tributaria, las cuales deberán desarrollarse trimestralmente durante el año 2020, iniciando en la zona del Distrito Nacional (Sto. Dgo), y luego en las zonas: Norte, Sur y Este. La continuación de estas en los próximos años dependerá del alcance y resultados obtenidos en las primeras.

3. Creación de campaña de concientización dirigida a contribuyentes con el propósito de que reconozcan su rol en el ámbito tributario.

Se sugiere el diseño e impresión de afiche publicitario y valla, así como el diseño y elaboración de anuncio televisivo, radial y por redes sociales para amplificar el alcance de la campaña propuesta, la cual tendrá una duración de seis (6) ininterrumpidos en el primer año del plan. Y luego en los próximos (2) años cada tres (3) meses con una duración de un mes. Es válido resaltar que la continuación de esta acción estará en consonancia con los resultados obtenidos.

5.3.2 Dimensión: Estado-Transparencia.

Con el propósito de mejorar los niveles de transparencia y credibilidad del Estado en el largo plazo, se sugiere la siguiente estrategia:

- 1. Aseguramiento del cumplimiento de la Ley 200-04 sobre Libre Acceso a la Información Pública por parte de las instituciones gubernamentales.*

Para la ejecución de esta estrategia se recomienda realizar las actividades enunciadas a continuación:

- Eficientización de los controles establecidos, de manera que permitan que los funcionarios públicos rindan cuenta de sus gestiones, y se verifique la ejecución de los presupuestos de las instituciones gubernamentales. Esta acción deberá iniciar en enero 2020, y ejecutarse de manera permanente.
- Charlas educativas respecto al uso de los recursos dirigidas a los funcionarios públicos. Al igual que la anterior acción se realizara de forma constante, debido a los constantes cambios en las contrataciones gubernamentales.

5.3.3 Dimensión: Inclusión Tributaria.

Con el propósito de favorecer la integración de los contribuyentes al proceso de decisión en el sistema tributario se recomienda la siguiente estrategia:

- 1. Establecimiento de un programa de participación de las personas físicas y jurídicas en la formulación de las políticas tributarias, establecimiento de tasas, entre otras acciones.*

La acción principal es la inclusión de un proyecto de ley que tenga como propósito la integración de los contribuyentes en las decisiones relacionadas con el ámbito tributario.

Finalmente, se presentan en la tabla Núm. 2 el plan estratégico de forma resumida, con el propósito de favorecer un mayor entendimiento de este.

Tabla Núm. 2 Plan Estratégico Propuesto

Dimensión Estratégica	Objetivos	Estrategia	Plan Acción	Fecha Inicio	Fecha Término	Indicadores	Responsables
Educación, Formación y Difusión	Concientizar a la ciudadanía respecto a la obligación tributaria alcanzando en el corto plazo la provincia Santo Domingo, logrando en el largo plazo alcanzar el territorio nacional.	Creación de campaña educativa dirigida a los precontribuyentes y público en general a fin de que conozcan los tributos y la importancia de estos para la sociedad.	Elaboración de anuncio televisivo, radial y por las redes sociales, en el que se motive a los precontribuyentes y al público en general en el que se motive a conocer el material educativo en materia tributaria disponible en la página web de la DGII.	ene-20	jun-20	Número de anuncios creados, y cantidad de inserciones en medios.	DGII-Departamento de Educación Tributaria
			Programación de visitas mensuales a centros educativos y universidades para impartir charlas y distribuir material educativo en torno a los impuestos o tributos.	ene-20	ene-22	Cantidad de visitas realizadas. Volumen de material educativo distribuido.	
			Habilitación de los juegos educativos en materia tributaria disponibles en la página web.	ene-20	feb-20	Cantidad de juegos habilitados.	
		Planificación de nuevas jornadas de capacitación de docentes y profesionales en materia tributaria, las cuales deberán desarrollarse trimestralmente, iniciando en la zona del Distrito Nacional (Sto. Dgo), y luego en las zonas: Norte, Sur y Este.	ene-20	ene-21	Número de capacitaciones realizadas. Docentes y Profesionales capacitados.		
		Creación de campaña de concientización dirigida a contribuyentes con el propósito de que reconozcan su rol en el ámbito tributario.	Diseño e impresión de afiche publicitario y valla. Diseño y elaboración de anuncio televisivo, radial y por redes sociales.	ene-20	jun-20	Número de anuncios creados, y cantidad de inserciones en medios.	
Estado	Mejorar los niveles de transparencia y credibilidad del Estado en el largo plazo.	Aseguramiento del cumplimiento de la Ley 200-04 sobre Libre Acceso a la Información Pública por parte de las instituciones gubernamentales.	Eficientización de los controles establecidos, de manera que permitan que los funcionarios públicos rindan cuenta de sus gestiones, y se verifique la ejecución de los presupuestos de las instituciones gubernamentales.	ene-20	n/a	Cantidad de declaraciones juradas y auditorías de gestión.	Ministerio de Hacienda-Dirección General de Presupuestos (Digepres)
			Charlas educativas respecto al uso de los recursos dirigidas a los funcionarios públicos	ene-20	n/a	Número de charlas realizadas. Funcionarios públicos que recibieron la charla.	Ministerio de Hacienda-Centro de Capacitación en Política y Gestión Fiscal
Inclusión Ciudadana	Integrar a los contribuyentes en el proceso de decisión del sistema tributario.	Establecimiento de un programa de participación de las personas físicas y jurídicas en la formulación de las políticas tributarias, establecimiento de tasas, entre otras acciones.	Incluir un proyecto de ley que tenga como propósito la integración de los contribuyentes en las decisiones relacionadas con el ámbito tributario.	ene-20	ene-21	Número de reuniones con presencia de contribuyentes	Congreso de la República Dominicana

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta y otras informaciones

5.4 Evaluación.

Durante la ejecución del plan estratégico propuesto se deberá medir el avance, y evaluar si este está acorde con lo esperado, para de no ser así trazar las acciones correctivas de lugar.

Como se resaltó con anterioridad, la creación de una cultura tributaria es un proceso paulatino y permanente, por tal motivo no tiene un plazo de término. No obstante, los resultados del plan, se pueden verificar a través del indicador del nivel de cumplimiento, así como el cambio en las estadísticas de las recaudaciones.

Conclusión

La planificación estratégica permite visualizar los objetivos que se pretenden alcanzar y definir las estrategias que se desarrollarán para alcanzar los mismos. El pensamiento estratégico identifica las potenciales acciones o actividades que deberán ser implementadas para la consecución de los objetivos. Este es un proceso crítico para toda organización y más aún en el ámbito gubernamental, donde las decisiones tienen un fuerte impacto en el bienestar económico, político y social de los ciudadanos del país. De ahí, la importancia de formular una estrategia dirigida a fomentar una cultura tributaria que permita que el Estado Dominicano obtenga los recursos necesarios para cumplir con su rol, y así favorecer un crecimiento constante en el país que administra y una mejor calidad de vida de sus ciudadanos.

La investigación realizada valida tal aseveración, pues los resultados arrojaron que aunque más del 55% de las personas físicas y jurídicas que formaron parte de la muestra de la encuesta aplicada conocen los impuestos, sus tipos y su obligación como contribuyente, así como la importancia de estos en el sostenimiento de la sociedad; pero manifiestan que el nivel de incumplimiento fiscal en el territorio nacional tiene como causa principal la falta de credibilidad y legitimidad del Estado, el cual no refleja transparencia en el manejo y destino de dichos recursos. Unido a que las tasas aplicadas no son proporcionales al tamaño de los negocios, y que en la formulación de las políticas tributarias y en los procesos de decisión del sistema tributario, el Estado no las ha integrado.

Estos resultados permiten establecer la necesidad de que la población dominicana posea los conocimientos y la información que le permita garantizar sus derechos; y, así eliminar la resistencia actual ante la obligación tributaria.

Recomendaciones

En concordancia a la conclusión presentada, se sugiere que el Departamento de Educación Tributaria de la Dirección General de Impuestos Internos de la República Dominicana desarrolle el plan estratégico propuesto. Para esto se sugiere el desarrollo de las siguientes estrategias y acciones:

- Concientizar a la ciudadanía respecto a la obligación tributaria alcanzando en el corto plazo la provincia Santo Domingo, logrando en el largo plazo alcanzar el territorio nacional.
- Mejorar los niveles de transparencia y credibilidad del Estado en el largo plazo.
- Integrar a los contribuyentes en el proceso de decisión del sistema tributario, favoreciendo así que estos participen en la formulación de las políticas tributarias, en el establecimiento de las tasas de impuesto, entre otras acciones.
- Creación de un mecanismo que permita que el Estado garantice que los recursos recaudados de los tributos sean utilizados en acciones orientadas al beneficio de la colectividad nacional y no para beneficios particulares.

Bibliografía

- Abreu, S. (2010). monografias.com. Obtenido de Impuestos y Evasión Fiscal: <https://www.monografias.com/trabajos24/evasion-fiscal/evasion-fiscal.shtml>
- Álvarez Torres, M. (2006). Manual de Planeación Estratégica. México: Panorama Editorial. googlebooks. (S. Panorama Editorial, Ed.) Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de Manual de Planeación Estratégica: https://books.google.com.do/books?id=NKbFooXrnyQC&pg=PA28&dq=objetivos+de+la+planificaci%C3%B3n+estrategica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-rp7ns8fkAhWI1IkKHRN_AVQQ6AEIZDAJ#v=onepage&q=objetivos%20de%20la%20planificaci%C3%B3n%20estrategica&f=false
- bbva. (20 de Septiembre de 2016). bbva.com. Recuperado el 19 de Septiembre de 2019, de Qué son los tributos y tipos: impuestos, contribuciones y tasas: <https://www.bbva.com/es/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas/>
- BPD. (19 de Septiembre de 2013). Tipos de Sociedades Comerciales en República Dominicana. Recuperado el 7 de Noviembre de 2019, de Impulsapopular.com: <https://www.impulsapopular.com/legal/seguridad-juridica/tipos-de-sociedades-comerciales-en-republica-dominicana/>
- Burga Argandoña, M. E. (2015). Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del Emporio. Lima, Perú: USMP.
- Carrion Maroto, J. (2007). Estrategia: De la visión a la acción. Madrid: ESIC Editorial.
- Cepal. (5 de Octubre de 2009). Planificación Estratégica en organizaciones públicas. México, Puerto Vallarta: Indetec-Ilpes-Cepal.

Corredor Corrales, M. Y., & Díaz García, W. J. (Junio de 2007). La Cultura Tributaria Municipal. Diagnóstico en la Parroquia El Valle del Municipio Bolivariano del Distrito Capital. Venezuela: Observatorio de la Economía Latinoamericana.

Cortiñas, J. L. (2018). apuntesgestion.com. Recuperado el 02 de Octubre de 2019, de Concepto Planificación, Qué es?, Para qué sirve?: <https://www.apuntesgestion.com/b/concepto-planificacion/>

De los Ángeles, M., & Giner de la Fuente, F. (2007). googlebooks.com. (ESIC, Ed.) Recuperado el 02 de Octubre de 2019, de Cómo Crear y Hacer Funcionar una Empresa: Conceptos e Instrumentos: https://books.google.com.do/books?id=4O2e7DjTQL4C&pg=PA195&dq=Planificaci%C3%B3n+empresarial&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjyPSGy_3kAhUF5awKHaRtDJEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Planificaci%C3%B3n%20empresarial&f=false

DGI. (2019). Dirección General Impositiva. Obtenido de Educación Tributaria. La importancia de los impuestos: [https://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,educacion,dgi--educacion-tributaria-la-importancia-de-los-impuestos,O,es,0,](https://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,educacion,dgi--educacion-tributaria-la-importancia-de-los-impuestos,O,es,0)

DGII. (2017). Dirección General de Impuestos Internos. Recuperado el 7 de Noviembre de 2019, de ¿Quiénes son consideradas personas físicas o naturales?: <https://ayuda.dgii.gov.do/dgii/topics/ca1228-quienes-son-consideradas-personas-fisicas-o-naturales>

DGII. (Diciembre de 2018). Dirección General de Impuestos Internos. Gerencia de Estudios Económicos y Tributarios. Obtenido de Análisis de Recaudación DGII, Informe mensual (Enero-Diciembre 2018):

<https://dgii.gov.do/estadisticas/informeRecaudacionMensual/Documents/2018/Diciembre2018.pdf>

DGII. (2019). dgii.gov.do. Recuperado el 17 de Septiembre de 2019, de Qué es eso llamado impuesto?: <https://dgii.gov.do/et/Documents/que-son-los-impuestos.pdf?csf=1&e=QUgidp>

DGII. (2019). dgii.gov.do. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de Principales Impuestos: <https://dgii.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Paginas/default.aspx>

DGII. (2019). dgii.gov.do. Recuperado el 26 de Septiembre de 2019, de Historia de los Impuestos: <https://dgii.gov.do/et/preContribuyentes/nivelPrimario/Materiales%20Educativos/8-Historia%20de%20los%20Impuestos.pdf#search=Historia%20de%20los%20impuestos>

Euribol. (25 de Julio de 2016). Sectores económicos. Recuperado el 7 de Noviembre de 2019, de <https://dgii.gov.do/publicacionesOficiales/bibliotecaVirtual/contribuyentes/isr/ISR%20Persona%20Jurdica/1-Guia%202-Impuesto%20Sobre%20la%20Renta%20Personas%20Jur%C3%ADdicas.pdf>

Fiteco. (Marzo de 2018). fiteco.es. Obtenido de Tipos de Estrategias Empresariales: <https://www.fiteco.es/estrategias-empresariales/>

Godinez, A., & Hernández, G. (2015). Planeación Estratégica Total. Obtenido de <https://books.google.com.do/books?id=OGDpBgAAQBAJ&pg=PA84&dq=proposito+de+la+planeacion+estrategica&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwjYkPyX-pbIAhXkRd8KHcexBo4Q6AEIODAD#v=onepage&q=proposito%20de%20la%20planeacion%20estrategica&f=false

Grande Esteban, I., & Abascal Fernández, E. (2007). Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. (E. Editorial, Ed.) Recuperado el 11 de Octubre de 2019, de [googlebooks.com: https://books.google.com.do/books?id=J1MbiCsG8AMC&pg=PA189&dq=que+es+un+cuestionario+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjYkPyX-pbIAhXkRd8KHcexBo4Q6AEIODAD#v=onepage&q=que%20es%20un%20cuestionario%20de%20investigacion&f=false](https://books.google.com.do/books?id=J1MbiCsG8AMC&pg=PA189&dq=que+es+un+cuestionario+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjYkPyX-pbIAhXkRd8KHcexBo4Q6AEIODAD#v=onepage&q=que%20es%20un%20cuestionario%20de%20investigacion&f=false)

Hernández Batista, J. (2005). La Evasión Tributaria. Conferencia de la DGII. Dirección General de Impuestos Internos. Santo Domingo, Santo Domingo, República Dominicana: Dirección General de Impuestos Internos.

Hernández, R., & Fernández, C. &. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

Intec. (Abril de 2019). Instituto Tecnológico de Santo Domingo. Recuperado el 2 de Noviembre de 2019, de Informe de la Economía Dominicana: https://www.intec.edu.do/downloads/documents/informes/ied_informe_economica_dominicana_abril_2019_rev3.pdf

Levin, R., & Rubin, D. S. (2007). Estadística para Administración y Economía. México: Editora Pearson Educación.

Ley 11-92. (16 de Mayo de 1992). oas.org. (C. Nacional, Ed.) Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de Ley No.11-92 que aprueba el Código Tributario de la República Dominicana: http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_rep_cod_trib.pdf

Ley Núm 479-08. (2008). Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No. 479-08. Distrito Nacional, República Dominicana: Congreso Nacional. Obtenido de <https://dgii.gov.do/legislacion/leyesTributarias/Documents/Otras%20Leyes%20de%20Inter%C3%A9s/479-08.pdf>

Mendoza Fernández, D. L. (Septiembre de 2017). Planificación Estratégica Gubernamental como mecanismo para superar la desnutrición en las comunidades indígenas. México, México: Ciudad Universitaria.

Morales, F., Molina, J., & Bonilla, M. (20 de Mayo de 2006). frankmorales.webcindario. (U. F. Venezuela, Ed.) Recuperado el 02 de Octubre de 2019, de Planificación: Tipos y Herramientas: <https://frankmorales.webcindario.com/trabajos/tiposplani.html>

ONE. (22 de Agosto de 2016). Oficina Nacional de Estadística. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de El país cuenta con 457 mil establecimientos según datos del Registro Nacional de Establecimientos: me.one.gob.do/?p=2919

Robbins, S., & Coulter, M. (2014). Administración. México: Pearson Educación.

Sainz de Vicuña Ancín, J. (2009). El Plan Estratégico en la práctica. Madrid: ESIC Editorial.

Triola, M. F. (2009). Estadística. México: Pearson Addison Wesley.

Vargas Fabian, Y., Rodríguez, Y., & Vargas Pérez, J. (2012). Incidencia de los Comprobantes Fiscales en la Eficientización del Cobro del Itbis por parte de la DGII. Periodo: 2007-2011. . Santo Domingo. República Dominicana: Universidad APEC.

Yanez, D. (2017). lifeder.com. Obtenido de Las 6 Etapas de la Planeación Estratégica:
<https://www.lifeder.com/etapas-planeacion-estrategica/>

Yañez, J. (5 de Noviembre de 2010). econ.uchile. (F. E. Chile, Ed.) Recuperado el 30 de Septiembre de 2019, de Evasión versus Elusión/ Diario Estrategia:
<http://econ.uchile.cl/es/opinion/evasi-n-versus-elusi-n-diario-estrategia>

Yañez, J. (2016). Evasión Tributaria: Atentado a la Equidad. Chile: Centro de Estudios Tributarios. Universidad de Chile.

ANEXOS

ANEXO No.1: ANTEPROYECTO



UNIVERSIDAD APEC

FORMULARIO DE SOLICITUD DE APROBACIÓN DEL TEMA DE TRABAJO DE GRADO

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	MATRICULA	TELÉFONO*	DIRECCIÓN**
Maicon Velásquez Quispe	20131440	8299382707	xd_maicol@hotmail.com

CARRERA: Lic. Contabilidad

** Solo una dirección, especificar de cual estudiante
FECHA DE TÉRMINO: septiembre-diciembre 2019

Sometemos formalmente la terna de temas de Trabajo de Grado, el cual será presentado luego de cumplidos todos los requisitos que establecen los reglamentos de la Universidad APEC en cuanto a la carrera que hemos cursado:

TEMA	DESCRIPCIÓN GENERAL
1. Diseño de un Sistema Contable para el manejo del Inventario para una empresa de Importación de ropas para hombres y mujeres.	En el contexto comercial el manejo de los inventarios se constituye en una pieza fundamental no sólo para el control de los costos y precios de las compras y las ventas, sino también para la satisfacción del cliente. Y es que una deficiente gestión puede provocar costos de mantenimiento abultados, pérdidas por obsolescencia, altos costos de ordenamiento. Pero también la disminución de la cartera de clientes, pues estos al no recibir el producto solicitado pueden solicitar el mismo a los competidores de esta, e incluso presentar a perjuicio de la empresa una publicidad negativa. El propósito de este estudio es optimizar el manejo del inventario en una empresa de importación de ropas para hombres y mujeres ubicada en la provincia Santo Domingo Este, la cual en la actualidad está presentado diversos problemas en relación a este activo, como son: pérdida de ventas debido a la no existencia de productos, obsolescencia a que el sector textil es muy dinámico las modas se mantienen en constante cambio, entre otras razones. Con esta optimización favorecería la obtención de mejores niveles de ingresos y beneficios, al reducir costos e incrementar las ventas.
2. Evaluación de las estrategias de índole financieras en una empresa de comercialización de accesorios y artículos en general. Período: 2018-2019	El propósito de este tema es analizar las diversas estrategias de índole financiera implementadas por una empresa dedicada a la comercialización de accesorios y artículos general ubicada en la provincia Santo Domingo Este, con el objetivo de medir como estas han impactado en la posición financiera de esta organización. Para el logro de este objetivo se pretende emplear diversos instrumentos financieros (análisis vertical, análisis horizontal, razones financieras, entre otros) que permitan identificar la realidad financiera actual de esta empresa y así sugerir acciones que contribuyan a su mejoría, pues actualmente está presenta deficientes niveles de liquidez, problemas de financiamiento, entre otras situaciones.
3. Estrategia para fomentar una cultura tributaria en los negocios de la República Dominicana. Período: 2018-2019.	El Estado necesita recursos para cubrir las necesidades públicas colectivas en todos sus ámbitos (institucional, social, políticos, entre otros). Estos recursos en una alta proporción provienen del ejercicio del poder tributario. La insuficiencia de este provoca que el estado no acumule los fondos necesarios para cumplir su rol. Es decir, satisfacer las necesidades de salud de la población, así como de educación, medios de transporte, seguridad, entre otros. De ahí, la importancia de este tema, pues al fomentar en el país una cultura tributaria en los negocios se aseguraría un crecimiento económico del país y una mejor calidad de vida de los dominicanos.

FECHA: Día 4 Mes junio Año 2019

TEMA APROBADO: _____
 APROBADO POR: _____ FECHA: Día 19 Mes 6 Año 2019

*No se hacen llamadas a celulares, sólo se envían mensajes. Favor de poner la compañía.





UNAPEC

DECANATO DE ESTUDIOS GENERALES

A : ESCUELA DE CONTABILIDAD.

Asunto: **REMISIÓN ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO.**

Tema : “Estrategias para fomentar una cultura tributaria en los negocios de la República Dominicana periodo 2018-2019”.

Sustentado por: **Br. Maicon Velásquez**

2013-1440

Resultado de la evaluación: Aprobado: X

Fecha: 17/07/2019.

Devuelto para corrección: _____

Fecha: _____


Dr. Andrés L. Mateo

Decano



Ra. 17/07/2019



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Escuela de Contabilidad y Finanzas

**Anteproyecto de Trabajo de Grado
para optar por el título de
Licenciado en Contabilidad**

**“Estrategia para fomentar una cultura tributaria en los negocios de la República
Dominicana periodo 2018-2019”**

Sustentante:



Maicon Velásquez Quispe

2013-1440

Santo Domingo, República Dominicana

08 de julio de 2019

ANEXO NO.2 CUESTIONARIO PARA PERSONAS FÍSICAS

Buenos días/tarde/noche. Soy estudiante de la Universidad APEC. Estoy realizando una investigación con el propósito de investigar el nivel de conocimiento de usted sobre aspectos relacionados a la tributación en el país.

1. Sexo:
 - a. Femenino
 - b. Masculino
2. Edad:
 - a. De 18 a 25 años
 - b. De 26 a 35 años
 - c. De 36 a 50 años
 - d. De 51 años en adelante
3. ¿Qué es el Impuesto o tributo?
 - a. Contribuciones que recibe el Estado para cubrir las necesidades comunes.
 - b. Aportes que la legislación establece para que el Estado pueda obtener recursos y servicios públicos y así hacer frente a las necesidades de los habitantes.
 - c. Pagos que se hacen al Estado para sostener los gastos de la colectividad organizada.
 - d. Todas las respuestas son correctas.
 - e. Ninguna es correcta.
4. ¿Quiénes a su entender son los contribuyentes y demás responsables de la obligación tributaria?
 - a. Las personas que pagan los impuestos, tanto los ciudadanos como las empresas.
 - b. Todas las personas residentes en el país.
 - c. Las personas que contribuyen con el país.
5. Indique cuales de los siguientes impuestos usted conoce:
 - a. Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).
 - b. Impuesto sobre la Renta (ISR).
 - c. Impuesto Selectivo al Consumo.
 - d. Impuestos sobre Sucesiones.
 - e. Impuestos sobre Donaciones.
 - f. Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI).
 - g. Impuestos a los Vehículos de Motor.
 - h. Otros (especifique)

6. ¿Considera que los impuestos o tributos son importantes para el sostenimiento de la sociedad?
 - a. Si
 - b. No
7. ¿Cuál(es) de la(s) siguientes razones considera usted provocan el alto nivel de incumplimiento fiscal en el país?
 - a. Empleo incorrecto de las recaudaciones por parte del Estado.
 - b. Falta de transparencia por parte del Estado.
 - c. Poca credibilidad del Estado.
 - d. Inexistente educación tributaria.
 - e. Existencia de controles inefectivos.
 - f. Resistencia de los ciudadanos para cumplir con la obligación tributaria.
 - g. Porcentajes de tasas de impuestos aplicadas no proporcionales al tamaño del negocio.
 - h. Otras (especifique)
8. ¿Cuál(es) de la(s) siguientes accion(es) considera usted podrían contribuir a reducir el incumplimiento fiscal en el país?
 - a. Concientizar a la ciudadanía de que la obligación tributaria es un deber constitucional.
 - b. Mejorar los niveles de transparencia en el uso de las recaudaciones por parte del Estado y la credibilidad de este.
 - c. Dar participación de los ciudadanos en la definición y elaboración de las políticas tributarias.
 - d. Aplicar tasas de impuestos proporcionales.
 - e. Iniciar programas que permitan fomentar la educación tributaria a la población desde temprana edad.
 - f. Mejorar la información y conocimientos de los directivos en los negocios a fin de que los mismos tengan la capacidad para garantizar sus derechos.
 - g. Otros (especifique).

ANEXO NO.3 CUESTIONARIO PARA PERSONAS JURÍDICAS

Buenos días/tarde/noche. Soy estudiante de la Universidad APEC. Estoy realizando una investigación con el propósito de investigar la posición de su organización frente a la creación de una cultura tributaria en el país.

1. Sector: _____
2. ¿Qué es el Impuesto o tributo?
 - a. Contribuciones que recibe el Estado para cubrir las necesidades comunes.
 - b. Aportes que la legislación establece para que el Estado pueda obtener recursos y servicios públicos y así hacer frente a las necesidades de los habitantes.
 - c. Pagos que se hacen al Estado para sostener los gastos de la colectividad organizada.
 - d. Todas las respuestas son correctas.
 - e. Ninguna es correcta.
3. Indique cuales de los siguientes impuestos usted ha tenido que pagar:
 - a. Impuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).
 - b. Impuesto sobre la Renta (ISR).
 - c. Impuesto Selectivo al Consumo.
 - d. Impuestos sobre Sucesiones.
 - e. Impuestos sobre Donaciones.
 - f. Impuesto Patrimonio Inmobiliario (IPI).
 - g. Impuestos a los Vehículos de Motor.
 - h. Otros (especifique)
4. ¿Considera que los impuestos o tributos son importantes para el sostenimiento de la sociedad?
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Cuál(es) de la(s) siguientes razones considera usted provocan el alto nivel de incumplimiento fiscal en el país?
 - a. Empleo incorrecto de las recaudaciones por parte del Estado.
 - b. Falta de transparencia por parte del Estado.
 - c. Poca credibilidad del Estado.
 - d. Inexistente educación tributaria.
 - e. Existencia de controles inefectivos.
 - f. Resistencia de los ciudadanos para cumplir con la obligación tributaria.
 - g. Porcentajes de tasas de impuestos aplicadas no proporcionales al tamaño del negocio.
 - h. Otras (especifique).

6. ¿En qué grado considera usted cumple la empresa con su obligación tributaria?
 - a. Alto.
 - b. Medio.
 - c. Bajo.
7. ¿Cuál(es) de la(s) siguientes accion(es) considera usted podrían contribuir a mejorar el cumplimiento fiscal en el país?
 - a. Concientizar a la ciudadanía de que la obligación tributaria es un deber constitucional.
 - b. Mejorar los niveles de transparencia en el uso de las recaudaciones por parte del Estado y la credibilidad de este.
 - c. Dar participación de los ciudadanos en la definición y elaboración de las políticas tributarias.
 - d. Aplicar tasas de impuestos proporcionales al tamaño del negocio.
 - e. Iniciar programas que permitan fomentar la educación tributaria a la población desde temprana edad.
 - f. Mejorar la información y conocimientos de los directivos en los negocios a fin de que los mismos tengan la capacidad para garantizar sus derechos.
 - g. Otros (especifique).

PÁGINA DE ANTIPLAGIO

Dustball Plagiarism Report

Score: 95%

ucción de esta estrategia contempla la realización de capacitaciones dirigidas OK
cubría diversas conceptualizaciones de este OK
mpuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) OK
colección de las informaciones pertinentes se emplearon dos (2) cuestionarios OK
iones principales que provocan el incumplimiento de la obligación tributaria OK
trumentos siguientes: flujograma situacional, programa direccional, análisis OK
roximadamente el 100% de las personas jurídicas encuestadas han cumplido OK
portancia de los tributos existe un porcentaje considerable de incumplimiento OK
mpuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) OK
estas seleccionó la respuesta que incluía las diferentes conceptualizaciones de OK
xplican los autores antes señalados, extensión de los métodos presupuestarios OK
nta una posición prereactiva evaluando los riesgos e incertidumbre existentes OK
stablecimiento de las responsabilidades de los diferentes directivos y personal OK
mpuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS): OK
Creación de campaña educativa dirigida a los precontribuyentes y público OK
ntar las declaraciones correspondientes para la determinación de los tributos OK
oportuno resaltar, que estas autocorrecciones deben estar dentro de los OK
mpuesto sobre Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) OK
il de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Plagiarism?
Sistema Tributario percibido por los contribuyentes como no transparente o OK



© 2002-2019 The Plagiarism Checker
<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>