

**Caracterización socio-económica y empresarial del sector comercial del municipio de Inzá
para el área financiera de la alcaldía del Municipio de Inzá.**



Universidad
del Cauca

Angélica María Narváez Medina

Universidad Del Cauca

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Administración de Empresas

Popayán, Mayo de 2022

**Caracterización socio-económica y empresarial del sector comercial del municipio de Inzá
para el área financiera de la alcaldía del Municipio de Inzá.**

Angélica María Narvárez Medina

Asesora Académica

Marta Lucía Acosta Rangel

Informe Final de práctica profesional para optar al título de Administradora de Empresas

Universidad Del Cauca

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Administración de Empresas

Popayán, Mayo de 2022

Dedicatoria

El siguiente trabajo resume el esfuerzo personal a lo largo de mi carrera y está dedicado a mi madre y mi hermana quienes con su amor, esfuerzo y apoyo incondicional en el transcurso de mi vida y mi camino educativo, me han permitido cumplir un sueño más. A mis abuelos y abuelas, pues su valentía y sacrificio, hoy se ven reflejadas en mis oportunidades de superación. Gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, de no temer a las adversidades.

Agradecimiento

Inicialmente a Dios que ha sido mi refugio y centro. A mis compañeros y grupo de trabajo por su amistad y compañerismo, ya que desde el primer semestre nos acompañamos y realizamos el recorrido juntos. A los profesores quienes fueron parte de mi formación profesional especialmente a la profesora Martha Lucia Acosta, por su acompañamiento, orientaciones y aportes en la recta final de mi carrera. A mi universidad del Cauca siempre publica, porque me acogió y despertó en mí, un profundo respeto y sentido de pertenencia.

A todas las personas que hicieron parte de mi trabajo final, Favián Polanco mi asesor empresarial por la confianza y oportunidad de aportar al mejoramiento de procesos que beneficien mi comunidad, a los comerciantes que hicieron posible mi investigación y que me abrieron la puerta de sus negocios, muchas veces de sus casas y compartieron sus experiencias. Finalmente, y de manera muy especial mi gratitud a Juan Arias mi compañero y apoyo incondicional en una ciudad ajena, por hacer que el final de este proceso académico haya sido más llevadero.

Página de Jurados

Resumen

El municipio de Inzá es un territorio el cual se caracteriza por tener una economía que gira en torno a la agricultura, principalmente caficultura y que día a día vive un crecimiento en materia de emprendimientos comerciales, que potencia la economía local pero que su vez amplía la ya creciente tasa de informalidad, factor que refleja una problemática de nivel nacional a la cual no es ajena el municipio. Por esta razón fue conveniente abordar un estudio en materia de informalidad, que permitió indagar cuales fueron las características y los factores que de forma conjunta poseen los distintos grupos poblacionales y además de vislumbrar las implicaciones que conllevan esta problemática dentro de la ejecución del Plan de Desarrollo Municipal, con posibles riesgos como la evasión de impuesto (el desenfoco de las actividades económicas basadas en la agricultura) y el aumento desproporcionado en la tasa de informalidad de potenciales iniciativas de comercio en la zona. Esta investigación permitió recoger de manera general, toda la información posible sobre la problemática anteriormente descrita, a través de un diagnóstico y análisis de datos, dentro de una metodología mixta basada en el instrumento de la encuesta, así como también dar lugar al planteamiento de una serie de estrategias que permitan hacer frente a esta situación.

Palabras clave: emprendimientos, tasa de informalidad, evasión de impuesto, problemática, investigación, tributación, estrategias.

Tabla de Contenido

1. Contextualización del trabajo	15
1.1 Problematización.....	15
1.2 Justificación	15
1.3 Objetivos	16
1.3.1 Objetivo general.	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
2. Contextualización teórica	18
2.1 Marco teórico	18
2.2 Marco contextual	25
2.3. Marco legal.....	27
3. Diseño metodológico.....	38
4. Contextualización valorativa	43
4.1 Contribución del trabajo	43
4.2 Limitaciones.....	43
4.3 Resultados esperados	44
4.3.1 Resultados para el estudiante.....	44
5. Desarrollo del trabajo	45
5.1. Mecanismos de divulgación.....	46
5.2. Trabajo de campo- Caracterización	47
5.3 Metodología.....	49
5.4 Centro urbano Inzá.....	55
5.5 El Pedregal	57
5.6 Turminá.....	59
5.7 San Andrés de Pisimbalá y El Parque.....	61
5.8 Aspectos Socio-económicos	63
5.9 Identificación de la empresa	75
5.10 Entorno ocupacional	83

5.11	Pandemia.....	94
5.12	Diagnostico	95
5.13	Entregables.....	105
6.	Conclusiones y recomendaciones	116
7.	Anexos	118
8.	Referencias bibliográficas preliminares	125

Índice de tablas

1.	Tabla número 1. Nivel de carga de tributación América Latina.....	20
2.	Tabla número 2. Clasificación de las empresas a nivel nacional.....	78
3.	Tabla número 3. Convenciones de estrategias.....	87
4.	Tabla número 4. Evaluación indicadora GF/ICLD.....	104
5.	Tabla número 5. Categorización del municipio de Inzá, Cauca 2022.....	105
6.	Tabla número 6. Límite de gastos administración central.....	106
7.	Tabla número 7. Base de datos comerciantes Inzá 2022.....	107
8.	Tabla número 8. Acciones estratégicas.....	107

Índice de figuras

FIGURA 1. IMPUESTOS, GASTOS Y APOORTE TRIBUTARIO DEL GOBIERNO NACIONAL, 1985 - 2016 (EN PORCENTAJES DEL PIB Y EN PORCENTAJES DEL GASTO).....	21
FIGURA 2. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN: CARACTERIZACIÓN SOCIO-ECONÓMICA Y EMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIAL DEL MUNICIPIO DE INZÁ.....	42
FIGURA 3. MAPA DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA EN COLOMBIA Y DEL MUNICIPIO DE INZÁ EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.....	51
FIGURA 4. MAPA MUNICIPIO DE INZÁ EN EL CAUCA. SITIOS DE MUESTREO DONDE SE APLICÓ LA ENCUESTA.....	51
FIGURA 5. MAPA POLÍTICO DEL MUNICIPIO DE INZÁ	52
FIGURA 6. DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LA POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE INZÁ - CAUCA.	53
FIGURA 7. CABECERA MUNICIPAL DE INZÁ VISTA SATELITAL.....	55
FIGURA 8. FOTO DE LA CABECERA MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE INZÁ - CAUCA.	55
FIGURA 9. FOTO DE LA PLAZA PRINCIPAL DE LA CABECERA MUNICIPAL DE INZÁ - CAUCA.....	56
FIGURA 10. RECORRIDO VÍA VEHICULAR DESDE LA CABECERA MUNICIPAL DE INZÁ HASTA LA VEREDA EL PEDREGAL	57
FIGURA 11. FOTO DE LA VEREDA EL PEDREGAL. CENTRO POBLADO.	58
FIGURA 12. RECORRIDO VÍA VEHICULAR DESDE LA CABECERA MUNICIPAL DE INZÁ HASTA LA VEREDA TURMINÁ.....	59
FIGURA 13. FOTO DE LA VEREDA TURMINÁ. CENTRO POBLADO.....	60
FIGURA 14. DÍA DE MERCADO EN LA VEREDA TURMINÁ	60
FIGURA 15. RECORRIDO VÍA VEHICULAR DESDE LA CABECERA MUNICIPAL DE INZÁ HASTA LA VEREDA SAN ANDRÉS.....	61
FIGURA 16. FOTO DE LA VEREDA SAN ANDRÉS. CENTRO POBLADO.....	61
FIGURA 17. CARACTERIZACIÓN POBLACIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA	63
FIGURA 18. NIVEL EDUCATIVO DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.....	64
FIGURA 19. RANGO DE EDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.....	65
FIGURA 20. OCUPACIONES DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.....	66
FIGURA 21. ESTRATO SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	67
FIGURA 22. GRUPO ÉTNICO DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.....	69
FIGURA 23. LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA....	70
FIGURA 24. VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	71
FIGURA 25. IDIOMA QUE MANEJAN LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.....	72
FIGURA 26. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.....	73
FIGURA 27. PERMANECÍA EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	74

FIGURA 28. ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA. ..	75
FIGURA 29. UBICACIÓN MUNICIPAL DE LOS COMERCIANTES DE INZÁ, CAUCA.	76
FIGURA 30. CANTIDAD DE SUCURSALES DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	77
FIGURA 31. TAMAÑO DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	78
FIGURA 32. TIPO DE DEPENDENCIA DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	79
FIGURA 33. REGISTROS CONTABLES DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	80
FIGURA 34. AVISOS DE LOS NEGOCIOS DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA. ...	81
FIGURA 35. COBERTURA GEOGRÁFICA DE VENTAS DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	81
FIGURA 36. VENTAS EN MERCADOS EXTERIORES DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	82
FIGURA 37. NÚMERO DE TRABAJADORES DENTRO DEL NEGOCIO.	83
FIGURA 38. INGRESOS POR VENTAS EN EL MES.	84
FIGURA 39. ESTRATEGIAS DE LOS COMERCIANTES PARA ATRAER MÁS CLIENTES.	85
FIGURA 40. FACTORES QUE LIMITAN LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	87
FIGURA 41. FRECUENCIA EN LA REALIZACIÓN DE PRÉSTAMOS	88
FIGURA 42. SOLICITUDES DE PRÉSTAMOS DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	89
FIGURA 43. ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN CÁMARA Y COMERCIO, MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	90
FIGURA 44. RENOVACIÓN DE LA CERTIFICACIÓN EN CÁMARA Y COMERCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	90
FIGURA 45. FORMALIZACIÓN EN INDUSTRIA Y COMERCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	91
FIGURA 46. FORMA DE PAGO A SUS EMPLEADOS DEL NEGOCIO.	92
FIGURA 47. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL QUE IMPLEMENTAN LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	93
FIGURA 48. PERSONAL A QUIEN VA DIRIGIDA LA OFERTA LABORAL	94
FIGURA 49. EXPERIENCIA COMERCIAL A RAÍZ DE LA PANDEMIA COVID - 19.	95
FIGURA 50. MAPA CATEGORIZACIÓN MUNICIPAL DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA VIGENCIA 2019	102
FIGURA 51. EVOLUCIÓN DE INDICADOR GF/ICLD	103
FIGURA 52. SOCIALIZACIÓN CAMPAÑA DE FORMALIZACIÓN EN EL MUNICIPIO DE INZÁ CAUCA. EMISORA RADIO CAMPESINA 88.9 FM ¡LAS VOCES DEL CAMPO!	118
FIGURA 53. CARACTERIZACIÓN VEREDA EL PEDREGAL. REGISTRO FOTOGRÁFICO	119
FIGURA 54. CARACTERIZACIÓN VEREDA TURMINÁ. REGISTRO FOTOGRÁFICO	120
FIGURA 55. CARACTERIZACIÓN VEREDA SAN ANDRÉS. REGISTRO FOTOGRÁFICO	120
FIGURA 56. CARACTERIZACIÓN VEREDA EL PARQUE. REGISTRO FOTOGRÁFICO	121
FIGURA 57. AUDIO, CUÑA RADIAL DE DIVULGACIÓN SOBRE CAMPA DE FORMALIZACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ	121

FIGURA 58. BASE DE DATOS DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE INZÁ (ENTREGABLE ALCALDÍA MUNICIPAL DE INZÁ)	122
FIGURA 59. ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL ACTUAL PROYECTO DE GRADO. A: FLYER PUBLICITARIO. B: DIVULGACIÓN POR REDES SOCIALES (PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE INZÁ)	122
FIGURA 60. ESTRATEGIA INFORMATIVA PARA LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS. VOLANTE	123
FIGURA 61. FLYER INFORMATIVO PAGO DE IMPUESTOS PEDIALES E INDUSTRIA Y COMERCIO, MUNICIPIO DE INZÁ, CAUCA.	123
FIGURA 62. TARJETA DE IDENTIFICACIÓN COMO PASANTE DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA.	124
FIGURA 63. DOTACIÓN CHALECO DE IDENTIFICACIÓN POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE INZÁ	124

Introducción

A lo largo de los años, los tributos han sido un mecanismo de financiación del Estado, el cual tiene como función redistribuirlos de acuerdo a las necesidades del territorio. Es por ello que al pasar de los años en un mundo de rápida avanzada y cuya economía es altamente volátil, es necesario para el estado tener una economía con una política fiscal sólida, de manera que el recaudo de estos tributos cobre mayor importancia, pues influirá de manera significativa el impacto del gasto público garantizando el bienestar de la comunidad. La capacidad que tienen los municipios de reunir recursos propios es la actividad que les brinda una oportunidad de prosperidad, pues gracias a éstos se puede invertir en salud, educación, seguridad garantizando mínimos vitales de existencia digna.

En este sentido, es menester para las administraciones municipales enfocar su mirada en la manera óptima de recaudar estos impuestos, darle un buen manejo, evaluar cuales son los motivos por los que los comerciantes no hacen su debida contribución y buscar estrategias que permitan un oportuno recaudo

Las investigaciones de caracterización se realizan como paso preliminar a la implementación de cualquier plan de acción, todo en aras de una política de participación ciudadana y la política de rendición de cuentas. Se utilizará una metodología mixta para la investigación y análisis estadístico que se basa en recopilar, analizar e integrar dos tipos de enfoques cuantitativo como cualitativo de tipo descriptivo y como instrumento se usó la encuesta con una muestra representativa de 178 comerciantes de un universo de 308 individuos tomados del último censo comercial de la Alcaldía.

Esta investigación se centrará en estudios de campo realizado en 5 zonas del municipio de Inzá, Cauca. Inzá como cabecera municipal, pedregal, Turminá, San Andrés y El parque, debido a que en estas zonas donde se ubica un número considerable de establecimientos de comercio y es donde confluyen mayormente los habitantes del municipio, dinamizando la economía y considerando las zonas mencionadas como el epicentro de una favorable recaudación del impuesto de Industria y Comercio.

Se hará uso de mecanismos de divulgación como la radio y redes oficiales de la Organización y se ejecutará por fases (planeación y preparación de documentos, trabajo de campo, análisis de datos y por último conclusiones y recomendaciones)

Así, el objetivo principal de este trabajo de investigación será buscar estrategias óptimas que permitan la toma de decisiones acertadas para un recaudo efectivo, disminuyendo así la tasa de informalidad que presenta el municipio y con ello aumentar la liquidez de la cartera de la Alcaldía del municipio de Inzá.

1. Contextualización del trabajo

En este apartado se muestra el problema o necesidad que tiene la Oficina financiera de Alcaldía de Inzá que se decide abordar como propósito general de la práctica profesional.

1.1 Problematización

La alcaldía del Municipio de Inzá – Cauca, no cuenta con un diagnóstico actualizado de los establecimientos de comercio y organizaciones establecidas dentro del municipio que desarrollan diferentes actividades económicas gravadas, lo cual significa un bajo recaudo de ingresos corrientes de libre destinación y en la alta tasa de informalidad.

De la misma manera, la administración municipal no cuenta con una liquidez efectiva debido a la alta tasa de informalidad, convirtiendo en una necesidad primordial el recaudo de impuestos.

1.2 Justificación

Tras el paso de las administraciones anteriores, se ha evidenciado una deficiencia en la formulación de políticas públicas de recaudo de impuestos y la desactualización del registro de los comerciantes de Industria y Comercio, razón por la cual se pretende desarrollar una caracterización socio- económica del sector empresarial del Municipio de Inzá, especialmente en sus 5 centros poblados (Cabecera, Turminá, Pedregal y San Andrés, El Parque), que a su vez son quienes más impacto tienen sobre la economía de la región.

Cabe resaltar que la contribución de esta investigación, radica en la importancia de fortalecer la dinámica de los procesos de planificación y dirección del desarrollo local, mediante la organización consensuada de los diferentes actores locales que hacen parten de la ciudadanía

contributiva, para que las instituciones a cargo, dentro de sus políticas, incluyan el desarrollo de estrategias que contribuyan al desarrollo económico fomentando el emprendimiento formal.

A su vez, de manera directa enaltece el nombre del Programa en administración de empresas de la Universidad de Cauca, evidenciando que sus profesionales son personas íntegras que pueden realizar aportes a la sociedad mediante estudios en diferentes sectores, de manera que brinda información significativa y nutre la base de datos que tiene la Universidad sobre el sector económico del departamento del Cauca y para los futuros profesionales interesados en el tema expuesto.

Finalmente, la presente investigación se desarrolla para hacerle frente a una problemática que no solo se desarrolla a escala nacional, sino también a escala regional, como es el caso de la informalidad laboral como desencadenante del bajo recaudo del impuesto predial unificado en el municipio de Inzá, Cauca.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general.

Realizar una caracterización del sector empresarial en los centros poblados del municipio de Inzá Cauca, con datos e información clara, vigente y verificable, siendo una herramienta para la formalización de los contribuyentes y para el mejoramiento de los ingresos corrientes de libre destinación.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Definir la composición específica del sector económico de los corregimientos de cabecera municipal Inzá, San Andrés, Pedregal, Turminá, El Parque ubicados en el municipio de Inzá

- Obtener un documento integral de negocios y organizaciones que se radican los 5 principales corregimientos en el territorio Inzaeño.
- Caracterizar los establecimientos comerciales con su base económica, tipo de negocio, tiempo de creado, sector económico y más variables
- Proponer la elaboración campañas para disminuir la tasa de informalidad en el municipio de Inzá, invitando a formalizarse a los negocios ya integrados
- Identificar y localizar grupo de contribuyentes de mayor proporción para acelerar el proceso de recaudo
- Recomendar una estrategia para el área financiera de la alcaldía de Inzá para alcanzar un recaudo efectivo.

2. Contextualización teórica

2.1 Marco teórico

Los estudios sobre las finanzas públicas se han enfocado en el gasto y como reducirlo. Sin embargo, para un país en desarrollo como Colombia y con una economía emergente es imperante cumplir con los compromisos de inversión en el sector público como educación, salud, progreso, proyectos sociales, transporte, vivienda, que lo convierte en un camino tedioso. La Agencia Tributaria (2009) refiere que con la constitución del 91 llegó la descentralización en distintos aspectos del Estado dándole autonomía a los entes territoriales en cuanto a recaudo de ingresos, gestión y administración de estos recursos destacándose impuestos de mayor peso en los ingresos totales como el de Industria y Comercio, sumado a ello se evidencia también la dificultad de las administraciones municipales en ejercer esa autonomía.

Se realiza un breve acercamiento histórico al impuesto donde el concepto impositivo surge con la necesidad del hombre de vivir de sociedad, las primeras civilizaciones Romana y Griega imponían sus tributos mayormente en especie, posteriormente la implementación de la moneda, que facilitó el cobro de impuestos a comerciantes foráneos; la iglesia también fue beneficiaria ya que en la época de la colonia recibían pagos en forma de diezmo a cambio de milagros. En vista de ver que el impuesto incrementó los ingresos municipales procedieron a gravar más actividades de manera abrupta como tantos. Actualmente son 3 formas en las que el Estado puede garantizar la financiación de sus actividades, primera los dividendos resultados de actividades productivas públicas, endeudamiento y el recaudo de impuestos, pero como resultado de políticas neoliberales y de la venta de muchas empresas públicas los resultados de la actividad

productiva se vieron reducidos viéndose perjudicado esta opción y tomando importancia el ingreso por impuestos y el endeudamiento.

Teniendo en cuenta que los impuestos son un instrumento importante a la hora de promover desarrollo económico a continuación se establecen elementos de peso para percibir su importancia. Redistribución del ingreso: Obligación primordial de un sistema de tributación que busca repartir sus ingresos de manera equitativa a un grupo o sector social. Mejorar la eficiencia económica: con la corrección de fallas del mercado. Proteccionistas. Al proteger a algún sector muy importante de la nación, como puede ser por ejemplo alguna industria nacional, el comercio exterior o interior, la agricultura, etc. De fomento y desarrollo económico de una región o del país al destinar recursos de un sector económico especial como en el caso del impuesto al licor y cigarrillo para financiar el deporte.

América Latina entró en una etapa de tributación a mediados de los años 90' donde el periodo de tributación se mantuvo en crecimiento en términos del producto interno bruto (PIB) aumentando en un 60% la carga tributaria, ya que se encontraba en el 13,2% pasando al 21%. Al aumento del recaudo de impuestos se suman la eliminación de una lista de exenciones, deducciones y beneficios tributarios que se tenían con el fin de atraer inversión extranjera que no tuvo los resultados esperados. Avances con la administración del impuesto IVA, de la Renta, transacciones financieras. Todos estos sucesos evidenciaron la importancia del actuar del Estado en el aspecto distributivo reduciendo la desigualdad y aumentando el consumo privado haciendo que se gravaran más bienes y servicios y ampliar la base tributaria. (Véase en la tabla 1.)

Tabla 1.

*Niveles de la carga tributaria, incluidas las contribuciones de la seguridad social, 1990 - 2014
(en porcentajes del PIB).*

Pais	1990	1995	2000	2005	2010	2014
Argentina	12,4	16,9	18,0	22,1	26,7	32,2
Bolivia (Estado Plurinacional de)	8,1	12,3	16,4	21,6	23,3	28,7
Brasil	25,4	26,5	29,5	32,7	32,4	33,4
Chile	17,0	18,4	18,8	20,7	19,5	19,8
Colombia	9,0	13,8	14,6	18,1	18,0	20,3
Costa Rica	16,1	16,3	18,2	20,1	20,8	22,5
Ecuador	7,1	7,9	10,1	11,7	16,3	19,0
El Salvador	10,5	13,0	12,1	13,9	15,1	16,5
Guatemala	9,0	10,4	12,4	13,1	12,4	12,6
Honduras	16,2	18,1	15,3	16,9	17,3	19,8
México	15,5	14,9	16,5	17,7	18,5	19,5
Nicaragua	...	10,9	13,0	16,1	18,0	20,3
Panamá	14,7	17,1	17,4	15,2	18,9	18,1
Paraguay	5,4	13,6	14,5	13,8	16,5	17,1
Perú	12,1	15,9	14,6	16,5	17,8	18,8
República Dominicana	7,8	10,0	11,7	13,8	12,3	14,1
Uruguay	19,6	21,0	21,6	23,8	26,0	27,0
Venezuela (República Bolivariana de)	18,1	12,8	13,6	15,9	11,8	18,2
América Latina	13,2	15,0	16,0	18,0	19,0	21,0
OCDE	32,1	33,6	34,2	33,9	32,8	34,2

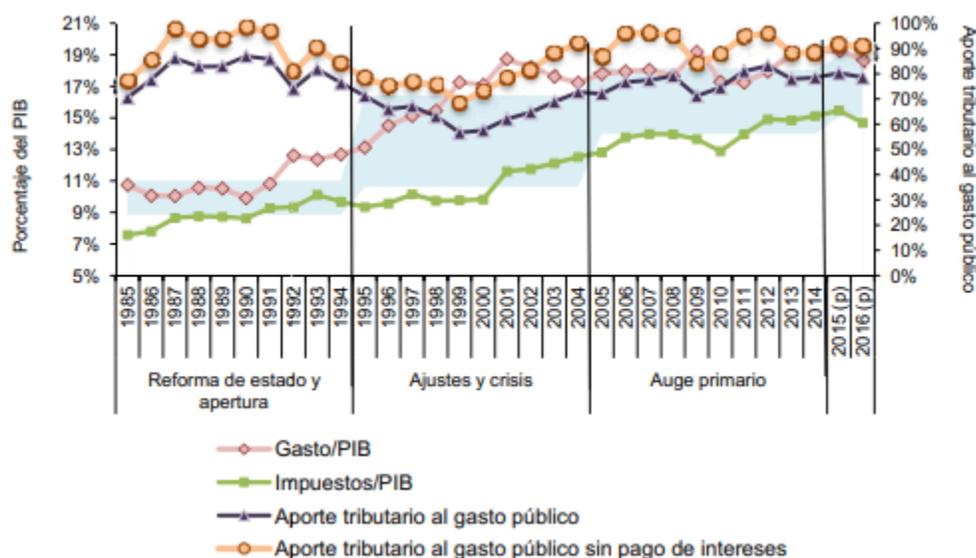
Fuente: Tomado de Consensos y conflictos en la política tributaria de América Latina basados en la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)/Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT)/Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y OCDE.Stat.

En el caso de Colombia el recaudo en la etapa de apertura y reforma del estado tuvo una notable aceleración hasta 1993 con 10,1% del PIB, se estabiliza hasta el 2000 pero al año siguiente continúa aumentando hasta 2007 suspendido hasta el año 2010 y posteriormente presenta nuevamente un aumento para ponerse por encima del 19% del PIB. El aporte de los

impuestos se realiza de acuerdo a diferentes variables y son de carácter Nacional, departamental y municipal, estando en este último grupo el Impuesto de Industria y Comercio, cuya función es gravar toda actividad industrial, comercial y de servicios y donde se destaca este impuesto local debido a que representa el 31% de los ingresos totales que tienen los municipios. (Véase en el figura 1).

Figura 1.

Impuestos, gastos y aporte tributario del Gobierno Nacional, 1985 - 2016 (en porcentajes del PIB y en porcentajes del gasto).



Fuente: Tomado de *Tributación en Colombia: reformas, evasión y equidad*, con base en la Dian, Banco de la república y CIAT.

Así como los contribuyentes hacen sus pagos, también existe el grupo de individuos que no lo hacen, cuyos determinantes son la falta de cultura tributaria, la desconfianza en las instituciones del gobierno, complejidad y métodos de pago, corrupción, y la percepción de altos montos que deben pagar, entre otros. (BID, 2013). Frey (1997, citado en Slemrod, 2009), dice que también existen motivaciones intrínsecas a contribuir: unos aportan porque así lo desean y otros por temor al castigo de ser detectados.

La informalidad en pequeñas y medianas empresas es un fenómeno presente en todos los sectores económicos a nivel local, regional, nacional e internacional que toma un sentido de carácter cotidiano marcando una diferencia amplia en cuanto al porcentaje de negocios formalizados frente a los que no lo están; la cual radica su importancia a la hora de examinar beneficios económicos locales, alcanzando un aumento de los ingresos públicos con miras a lograr objetivos sociales más amplios y un desarrollo progresivo de la economía local, entre otros.

“El sector informal es un subconjunto de empresas que no están constituidas como entidades jurídicas independientes de sus propietarios” (OIT, 1993). Es por ello que se torna transcendental analizar todas las características de la empresa, la naturaleza de estos emprendimientos, las razones y factores que están detrás de cada propietario en las decisiones de formalizar o no su negocio, entre otras; y más cuando es un sector estadísticamente mayoritario no solo en el municipio de Inzá sino en toda Colombia, estando 3 de cada 4 microempresas en la informalidad.

Desde el punto de vista del común la formalización lleva a la tributación y es considerado como algo negativo, creyendo erróneamente en que se priva a los ciudadanos del dinero ganado con esfuerzo, pero desde una mirada de justicia económica y estatal es crucial un financiamiento para ofrecer bienes y servicios y cumplir con las políticas públicas que esperan los ciudadanos.

La evasión de impuestos es un accionar universal presente en los diferentes sectores de actividad inherente a los tributos que así evidencia el detrimento de la responsabilidad social de los ciudadanos, la dificultad de recaudo económico y la falta de sentido de pertenencia por la comunidad donde vive. La evasión fiscal se produce cuando el contribuyente infringe la ley y no hace su contribución o solo parte de lo que le corresponde de manera intencional, lo que

ocasiona una pérdida económica para las finanzas públicas y un beneficio de manera directa ya que reciben los mismos bienes y servicios públicos sin haber hecho su debido aporte.

Los ingresos de los municipios en Colombia se ven representados en transferencias de estado, participación de impuestos nacional y el recaudo de ingresos propios destacándose el predial y el de industria y comercio. Estos territorios cuentan con autonomía fiscal, es medido de manera anual por DNP departamento Nacional de Planeación para hacer su debido seguimiento y ver cuál es el comportamiento que tiene. El recaudo por Industria y comercio no cuenta con una destinación específica por eso se invierte en proyectos o según lo que tengan descrito en su plan de desarrollo, buscando siempre la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos, garantizando sus derechos y el cumplimiento de las políticas del estado. El impuesto del ICA es denominado impuesto directo ya que grava la actividad económica o fuente de ingreso y recaen en el sujeto pasivo, ya sea persona jurídica o persona natural.

Teniendo en cuenta que la evasión fiscal es un fenómeno mundial es importante ahondar quien hace parte del sector informal; se conforma por empresas, trabajadores y actividades que actúan por fuera de la ley y diferentes normas que regulan la actividad económica. El empleo informal a nivel mundial es un fenómeno muy amplio debido a que tiene un 60% de la fuerza de trabajo y sumado a esto proyecta un crecimiento de seis puntos para los años siguientes (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, [OCDE], 2021).

Si bien el término de informalidad es muy usado y el fenómeno se ve comúnmente en los países en vía de desarrollo, el concepto no es ecuánime ya que ha venido evolucionando con el tiempo, razón por la cual se maneja el término sector informal este se añade por primera vez en un informe de la OIT (Organización Internacional del trabajo) sobre Kenia (inspirado en un artículo de Hart, 1970). Donde se expuso que, en los países de mínimo desarrollo, la dificultad

del empleo se ve reflejada no tanto en el desempleo, sino que por el contrario en trabajadores que estando laborando el ingreso que reciben es escaso. Estos trabajadores mal remunerados sobrevivían gracias a oficios y tareas cuya elaboración era a pequeña escala y que al mismo tiempo se hallaban al margen de las normativas. Las actividades del sector informal venían desde las relacionadas a las sobrevivencias hasta negocios rentables, pero estas actividades no eran reconocidas, no registradas, no protegidas y no reguladas. Por lo tanto, al no ser registradas estas actividades comerciales no podrán protegerse ni regularse y es allí donde el Estado entra a regular. Para Kelsen (1997), el Estado es “un ordenamiento jurídico vigente y válido en un determinado territorio, lo cual equivale a decir: un sistema de supuestos de conducta humana normados que forman el contenido de un ordenamiento normativo” invitan al comerciante a que haga parte del ejercicio económico de la formalización bajo las normas del Estado.

En Colombia el comportamiento del sector económico presento más complicaciones de lo usual y una caída por las circunstancias que permearon las economías mundiales debido a los cierres y restricciones, siendo el comercio el responsable de aportar más puntos negativos a este hecho; El DANE (2021) reportó el trimestre entre diciembre de 2020 y febrero de 2021 la informalidad en las 13 ciudades más importantes del país se ubicó en 48,1%, mientras que en los 23 restantes estuvo en 49,2%. Ciudades como Tunja, Cúcuta, Ibagué, y Popayán continúan presentando nivel de informalidad y desempleo muy alto como resultado de la ineficiencia institucional al no vigilar, inspeccionar y controlar las actividades comerciales. En lo corrido del 2022 se viene presentando una reactivación paulatina de la economía, los comerciantes trabajando en la informalidad se aproximan a los 4,7 millones de personas demostrando que el mercado muestra una reactivación en medio de la pandemia, pero de igual manera evidenciando cuan deterioradas están sus condiciones laborales ya que las actividades en las que laboran son

catalogadas de riesgo como el comercio, turismo, los restaurantes y actividades artísticas entre otras. Siendo la formalización un medio para lograr objetivos sociales más extensos.

Según la percepción del economista Hamid Faruquee(16 de febrero del 2022), jefe de la misión del Fondo Monetario Internacional las apuestas por una mejora en la economía colombiana son notables, el crecimiento del PIB de 10,6% es alto para una economía que venía en recesión histórica no antes vista como la del 2020; donde el consumo y las exportaciones fueron impulso para una economía resiliente; el aumento del consumo se evidencio a medida que se le daba apertura al mercado y de igual manera a la demanda reprimida de los consumidores quienes ahorraron durante el tiempo de pandemia y que se espera continúe siendo un apoyo al crecimiento. La inflación en enero de este año ascendió a 7% debido a secuelas de contrariedades en las cadenas de suministro, alterando precios, oferta, transporte e importaciones cuyas consecuencias aún se perciben.

No obstante, según la sección de periódico virtual Portafolio (Marzo, 2022) las estimaciones del Ministerio de Hacienda en su plan financiero para este año 2022 con una proyección del PIB están por encima del 4,8% siendo una tasa sólida, sin embargo, el país presenta un déficit fiscal de -7,1% que fue menor que el estimado debido a un recaudo de impuesto más elevado y un gasto controlado

2.2 Marco contextual

Las condiciones de los últimos años han dado un fuerte impacto a la economía global, a la actividad de operación en la empresas, la distribución de bienes y servicios y a pesar de los pronósticos de caída en la economía mundial, la economía Inzaeña ha presentado un comportamiento alentador debido al problema/oportunidad de movilidad intermunicipal y

departamental originado por las últimas contingencias, la continua actividad e innovación del sector comercial dentro del municipio llevó a que se apostara por un consumo local, durante los años 2020 y 2021 con campañas como “Inzaeño compra Inzaeño”, lo que hizo que se fortaleciera la economía local, quedándose gran parte del dinero dentro del municipio y aumentando el número de establecimientos de comercio.

La economía en Inzá tuvo un impacto notable en la estructura del comercio y distribución de productos de consumo masivo. El crecimiento del sector comercial en los últimos meses del 2022 evidencia un flujo de dinero mayor y que es importante llevar a cabo un control y apoyo desde la oficina financiera a todos esos emprendedores que se han aventurado a abrir sus nuevos negocios. La caracterización detallada se hace necesaria para tener un contexto actualizado de las unidades económicas que convergen en el municipio de Inzá, teniendo una base de datos que permita conocer las características principales del sector económico y así con información clara, actual y detallada tomar decisiones que impacten positivamente a los agentes que intervienen en el ejercicio.

El municipio de Inzá, está localizado en el departamento del Cauca y su Centro Administrativo Municipal se ubica en la cabecera que lleva su mismo nombre. La alcaldía del municipio de Inzá (2020-2023) como ente territorial a cargo de Geidy Xiomara Ortega Trujillo tiene como misión la humanización de las funciones que le asigna la Constitución y las leyes, para contribuir en el mejor estar de todos los habitantes Inzaeños. Promoviendo la participación ciudadana, ordenando el desarrollo del territorio con responsabilidad frente a las generaciones futuras y administrando los recursos públicos con justicia, equidad y transparencia. Los principios del plan de desarrollo (2020) son: a. Búsqueda del desarrollo económico sostenible y sustentable. b. Bienestar social. c. Fortalecimiento institucional. d. Cero corrupción.

e. Compromiso con el proceso de posconflicto, apoyo a la implementación de los Acuerdos de Paz en los territorios y a las víctimas del conflicto armado. f. Desarrollo de las políticas públicas en relación con equidad de género, infancia y adolescencia, juventudes, adulto mayor, turismo, fortalecimiento del sector agropecuario y productivo. g. Igualdad material de los sectores sociales que conviven en el municipio de Inzá.

De acuerdo con los datos de proyección poblacional 2020, aportados a partir del Censo Nacional de Población y Vivienda, 2018, el Municipio de Inzá tiene una población total de 29.441 habitantes, que se distribuye en su mayoría en zona rural con un total de 28.135 personas que corresponde al 96% y 1.306 en zona urbana que corresponde al 4%. (DANE, 2018)

2.3. Marco legal

En Colombia el Impuesto de Industria y Comercio surge en el año 1826 como una contribución industrial de personas que se desempeñaban como comerciantes, industriales, actividades de artes y oficios y que debían adquirir una patente que les permitiera trabajar. Casi 100 años después en 1913, en Bogotá se aprobó la Ley 97 autorizando el impuesto de patentes y cuya ley se replicó en todo el territorio por medio de la Ley 84 de 1915 Ley 72 de 1926 y Ley 89 de 1936 donde el concejo municipal constituyo el sistema de Industria y comercio con muchos desaciertos con respecto a otros municipios en las variables como base gravable, periodo, sujeto pasivo; quitándole credibilidad. Posteriormente se corrigió esta uniformidad con la Ley 14 de 1983 que es la que tiene vigencia actualmente, después cambiaron algunos aspectos respecto al sitio de tributación de Industriales y su sede fabril con la Ley 49 de 1990 y la Ley 383 de 1997 en el artículo 51 con agradabilidad para actividades de servicios públicos. Evidenciando que los tributos son si no el principal recurso económico del Estado es innegable y

necesario que la constitución establezca espacios en la materia y al óptimo funcionamiento de la hacienda pública.

Constitución política

Artículo 1: Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 15: De los Derechos, Garantías y los Deberes: para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de Contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la Ley.

Elementos esenciales del impuesto de industria y comercio Industria y comercio

Citando el artículo 32 y 36 de la Ley 14 de 1983 se iniciará el desarrollo de este capítulo:

Artículo 32. El Impuesto de Industria y Comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos.”

Artículo 36. Son actividades de servicios las dedicadas a satisfacer necesidades de la comunidad mediante la realización de una o varias de las siguientes o análogas actividades: expendio de bebidas y comidas; servicio de restaurante, cafés, hoteles, casas de huéspedes, moteles, amoblados, transporte y aparcaderos, formas de intermediación comercial, tales como el

corretaje, la comisión, los mandatos y la compra-venta y administración de inmuebles; servicios de publicidad, interventoría, construcción y urbanización, radio y televisión, clubes sociales, sitios de recreación, salones de belleza, peluquerías, portería, servicios funerarios, talleres de reparaciones eléctricas, mecánicas, automobiliarias y afines, lavado, limpieza y teñido, salas de cine y arrendamiento de películas y de todo tipo de reproducciones que contenga audio y vídeo, negocios de montepíos y los servicios de consultoría profesional prestados a través de sociedades regulares o de hecho.

La obligación de pagar los tributos

Artículo 95. La calidad de colombiano enaltece a todos los miembros de la comunidad nacional. Todos están en el deber de engrandecerla y dignificarla. El ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en esta Constitución implica responsabilidades. Toda persona está obligada a cumplir la Constitución y las leyes. Son deberes de la persona y del ciudadano:

Numeral 9: Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad.

Principio de Legalidad

Artículo 150: Corresponde al Congreso hacer las leyes. Por medio de ellas ejerce las siguientes funciones:

Numeral 11: Establecer las rentas nacionales y fijar los gastos de la administración.

Numeral 12: Establecer contribuciones fiscales y, excepcionalmente, contribuciones parafiscales en los casos y bajo las condiciones que establezca la ley.

Numeral 10: Revestir, hasta por seis meses, al presidente de la República de precisas facultades extraordinarias, para expedir normas con fuerza de ley cuando la necesidad lo exija o la conveniencia pública lo aconseje. Tales facultades deberán ser solicitadas expresamente por el Gobierno y su aprobación requerirá la mayoría absoluta de los miembros de una y otra Cámara. El Congreso podrá, en todo tiempo y por iniciativa propia, modificar los decretos leyes dictados por el Gobierno en uso de facultades extraordinarias. Estas facultades no se podrán conferir para expedir códigos, leyes estatutarias, orgánicas, ni las previstas en el numeral 20 del presente artículo, ni para decretar impuestos.

Destacando en el numeral anterior que el Congreso no puede revestir al presidente “para decretar impuestos”.

Artículo 338: En tiempo de paz, solamente el Congreso, las asambleas departamentales y los concejos distritales y municipales podrán imponer contribuciones fiscales o parafiscales. La ley, las ordenanzas y los acuerdos deben fijar, directamente, los sujetos activos y pasivos, los hechos y las bases gravables, y las tarifas de los impuestos.

Organización territorial

Artículo 287: Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses, y dentro de los límites de la Constitución y la ley

Numeral 3. Administrar los recursos y establecer los tributos necesarios para el cumplimiento de sus funciones.

Numeral 4. Participar en las rentas nacionales.

Principio de retroactividad

Artículo 363: El sistema tributario se funda en los principios de equidad, eficiencia y progresividad. Las leyes tributarias no se aplicarán con retroactividad.

Artículo 294: La Ley no podrá conceder exenciones ni tratamientos preferenciales en relación con los tributos de propiedad de las entidades territoriales. Tampoco podrá imponer recargos sobre los impuestos salvo lo dispuesto en el artículo 317.

Artículo 362: Los bienes y rentas tributarias o no tributarias o provenientes de la explotación de monopolios de las entidades territoriales, son de su propiedad exclusiva y gozan de las mismas garantías que la propiedad y renta de los particulares. Los impuestos departamentales y municipales gozan de protección constitucional y en consecuencia la ley no podrá trasladarlos a la nación, salvo temporalmente en caso de guerra exterior.

Leyes

Ley 14 de 1.983 Por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones.

- **Ley 1289 del 6 de marzo de 2009.** Las tesorerías de las entidades territoriales recaudarán los recursos del impuesto al consumo de cigarrillo y Col deportes ejercerá el control y vigilancia a las inversiones con dicho gravamen.
- **Ley 1386 del 21 mayo de 2010.** Congreso de Colombia. por la cual se prohíbe que las entidades territoriales deleguen, a cualquier título, la administración de los diferentes tributos a particulares y se dictan otras disposiciones.

Decretos

El decreto reglamentario 3070 de 1983 contiene en su artículo : “Los contribuyentes que realicen actividades comerciales o de servicios en más de un municipio a través de sucursales o agencias, constituidas de acuerdo con lo definido en los artículos 263 y 264 del código de comercio o de establecimientos de comercio debidamente inscritos deberán registrar su actividad en cada municipio y llevar registros contables que permitan la determinación del volumen de operaciones realizadas en dichos municipios. Tales ingresos constituirán la base gravable”.

La economía continua desarrollándose y desde 1983 hasta hoy el cambio es notable; si bien la globalización ha permitido la creación de nuevos tipo de actividades comerciales, ha dado paso a nuevas industrias y ha evolucionado el comportamiento y relaciones entre las empresas, lo que crea una brecha amplia de inequidad, inseguridad y evasión comparada con las actividades que ya están gravadas y donde estas leyes se tornan en parte obsoleta pues las nuevas actividades y sus generalidades no están contempladas en la ley 14 del 83.

Actualmente existen normas, leyes y medidas de apoyo a la creación de empresas que al estar de manera dispersa su conocimiento es escaso y en algunos casos insuficiente

- La actividad comercial y empresarial en Colombia está reglamentada por el Decreto 410 de 19715 (Código de Comercio).

Complementan un gran número de normas, entre las cuales cabe destacar:

- Ley 232 de 19956 que estableció los requisitos que deben cumplir los establecimientos comerciales para ser formales.
- Las Leyes 590 del 20007, 905 de 20048, 1111 de 20069 y 1450 de 201110, que establecieron límites y variables para la definición de los tamaños empresariales.

- Ley 1429 de 2010 Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.
- La Ley 1801 de 2016 que redefine las condiciones para la apertura y operación de los establecimientos.
- Así mismo, los aspectos tributarios están contenidos en el Estatuto Tributario Nacional, expedido a través del Decreto 624 de 198912, modificado y reglamentado parcialmente por un amplio número de leyes y decretos.
- A partir de octubre de 2017, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo implementó una estrategia a nivel nacional, con el fin de simplificar, automatizar o eliminar trámites y requisitos que dificultan la actividad empresarial. A agosto de 2018, se lograron eliminar, simplificar o automatizar un total de 194 trámites o procedimientos relacionados con la actividad empresarial.
- La Ley 2069 de 2020, conocida como Ley de Emprendimiento, es una ley integral diseñada a la medida de todos los emprendedores, sin importar el tamaño de sus negocios. Busca brindar un marco regulatorio moderno que facilite el nacimiento de nuevos emprendimientos y empresas, que los ayude a crecer y a incentivar la creación de nuevos empleos. (Incluye la reducción de cargas y trámites para los emprendimientos del país, con el objetivo de facilitar su creación, formalización y desarrollo).

2.4 Marco conceptual

A continuación, a manera de proporcionar la comprensión del trabajo de investigación es útil precisar conceptos que se van a desarrollar durante todo el trabajo.

-Impuestos: son los gravámenes que el gobierno cobra a las personas, los hogares y las empresas. Los impuestos forman parte de las contribuciones y éstas a su vez forman parte de los ingresos públicos.

-Contribución: Es una parte integrante de los ingresos públicos e incluye aportaciones de particulares como, por ejemplo, pagos por servicios públicos, de donaciones, multas, etc.

-Ingresos públicos: todas las percepciones del Estado, pudiendo ser éstas tanto en efectivo como en especie o servicios.

El impuesto de industria y comercio está conformado por 5 componentes, a falta de uno, la obligación de tributar no se hace.

-Hecho imponible: Acto económico que se grava con el Impuesto de Industria y Comercio, para el caso son las actividades industriales, comerciales y de servicios.

-Hecho generador: Es la forma externa del hecho imponible. Operación o una situación económica o financiera, correlativa a los fenómenos de producción, circulación, distribución y consumo de riquezas.

-Sujeto pasivo: Son aquellas personas naturales, jurídicas y sociedades de hecho que realizan actividades industriales, comerciales o de servicios dentro de un área o jurisdicción municipal determinada.

-Sujeto activo: Es el municipio, quien tiene la facultad de exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, sustanciales y formales, de aquellos sujetos pasivos que realicen actividades gravadas dentro de su jurisdicción.

-Base gravable: Unidad monetaria sobre la cual se aplica una tarifa para determinar el valor del impuesto. En el caso del Impuesto de Industria y Comercio, por disposición del artículo 33 de la

Ley 14 de 1983, es: “el promedio mensual de ingresos brutos del año inmediatamente anterior, expresados en moneda nacional obtenidos por las personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho.”

-Tarifa: Es un porcentaje fijo y determinado para cada una de las actividades gravadas.

Cada municipio tiene la potestad de determinar la tarifa a aplicar, siempre y cuando no sobrepase los límites establecidos en la Ley 14 de 1983: Del 2 al siete por mil (2- 7x1.000) mensual para actividades industriales y, Del 2 al diez por mil (2-10x1.000) mensual para actividades comerciales y de servicios.

-Periodo gravable: El período es el tiempo en el cual se causa la obligación tributaria, y conforme con el artículo 33 de la Ley 14 de 1983, compilado por el artículo 196 del decreto 1333 de 1986, la causación y la periodicidad del Impuesto de Industria y Comercio es por regla general anual.

-Informalidad: La informalidad laboral o trabajo informal engloba todas aquellas ocupaciones y formas de producción, que son ejercidas por personas o empleados que reciben ingresos cuyas condiciones de trabajo no se encuentran reguladas por un marco legal.

-Evasión: La informalidad laboral o trabajo informal engloba todas aquellas ocupaciones y formas de producción, que son ejercidas por personas o empleados que reciben ingresos cuyas condiciones de trabajo no se encuentran reguladas por un marco legal.

-Recaudo: Es el acopio de recursos monetarios y custodia de los mismos hasta satisfacer una obligación.

-Recursos propios: Son aquellos generados por la propia actividad de la institución municipal.

-Política Fiscal: Es una disciplina de la política económica centrada en la gestión de los recursos de un Estado y su Administración. Está en manos del Gobierno del país, quién controla los niveles de gasto e ingresos mediante variables como los impuestos y el gasto público para mantener un nivel de estabilidad en los países.

-Gasto público: Es la cuantía monetaria total que desembolsa el sector público para desarrollar sus actividades.

-Finanzas públicas: Son la disciplina que se enfoca en la obtención de ingresos, realización de gastos y gestión de la deuda pública de un Estado.

-Entidades territoriales: Las personas jurídicas, de derecho público, que componen la división político-administrativa del Estado, gozando de autonomía en la gestión de sus intereses, los departamentos, los distritos, los municipios y los territorios indígenas.

-Autonomía territorial: La autonomía de las entidades territoriales implica que éstas tienen un derecho cierto sobre recursos y rentas, los cuales pueden administrar con libertad e independencia, poniendo en práctica los mecanismos presupuestales y de planeación, excepto cuando la Carta, asigna al legislador la competencia para establecer normas relativas a la destinación, inversión y manejo de las referidas rentas o ingresos. El caso de las multas por incumplimiento de órdenes o requerimientos en materia de urbanización y construcción de vivienda.

-Persona natural: A efectos de la obligación tributaria, se consideran personas naturales a los seres humanos sujetos de derechos y obligaciones, las sociedades conyugales, las sucesiones indivisas y las herencias yacentes.

-**Personería jurídica:** Es el reconocimiento a una persona, organización, empresa o entidad, para contraer obligaciones y desarrollar actividades que generan plena responsabilidad jurídica frente a sí misma y frente a terceros.

-**El presupuesto del gobierno:** es el plan de gastos del mismo para un período determinado, de acuerdo con sus ingresos.

- **Impuesto de Industria y Comercio (ICA):** Grava las actividades industriales, comerciales o de servicios realizadas por un contribuyente con o sin establecimiento comercial, en la jurisdicción de una municipalidad o distrito. Es administrado por la municipalidad o distrito correspondiente.

3. Diseño metodológico

La siguiente investigación hace parte de un estudio elaborado para la oficina financiera de la Alcaldía de Inzá, con el fin de identificar y caracterizar a los antiguos y nuevos comerciantes ubicados en 5 corregimientos del municipio de Inzá y de esta manera recopilar información socio-económica, identificación de la empresa, entorno ocupacional y percepción del impacto de la pandemia en los establecimientos de comercio que permita tomar decisiones pertinentes para mejorar el recaudo y disminuir la tasa de informalidad que presenta el municipio.

La investigación se define como un estudio sistemático, controlado, empírico, reflexivo y crítico de proposiciones hipotéticas sobre las supuestas relaciones que existen entre fenómenos naturales o sociales, que permite descubrir nuevos hechos o datos, relaciones o leyes, en cualquier campo del conocimiento humano (Canales, Alvarado y Pineda, 1999).

Las investigaciones de caracterización se realizan como paso preliminar a la implementación de cualquier plan de acción para una política de participación ciudadana y la política de rendición de cuentas. Se utilizó una metodología mixta para la investigación y análisis estadístico que se basa en recopilar, analizar e integrar dos tipos de enfoques cuantitativo como cualitativo. Se usa cuando se requiere una alta comprensión del problema que no se podría obtener usando un solo enfoque.

Por un lado, la investigación cuantitativa Rodríguez Peñuelas (2010, p.32), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este enfoque hace uso de un cuestionario, análisis demográficos que arrojan números que más adelante serán analizados de manera estadística para comprobar o rechazar relaciones entre variables apoyadas con gráficos, tablas estadísticas y su

posterior análisis. De esta manera, afirman Fernández y Baptista (2010) que hacen uso de la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico. La investigación cuantitativa posee información cerrada que puede medir con escalas de puntuación que se analizan estadísticamente, en nuestro caso por medio de encuestas, la cual consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir (Sampieri et. al., 2003).

Por otro lado, con el enfoque cualitativo la investigación se torna más abierta lo que permiten una interpretación amplia de datos que se recogen por medio de entrevistas, grupos de discusión y observaciones; que gracias a la mentalidad abierta del investigador proporciona al trabajo de campo captar datos con otra perspectiva y con puntos de vista de los participantes que con otros enfoques no se obtendría. También tiene la característica que no es necesario probar hipótesis ya que estas surgen mediante desarrollo del trabajo. Desde el punto de vista interpretativo, (González., 2013), refiere que, la investigación cualitativa aborda lo real en cuanto proceso cultural, desde una perspectiva subjetiva, con la que se intenta comprender e interpretar todas las acciones humanas, las vivencias, las experiencias, el sentir, con el fin de crear formas de ser en el mundo de la vida. Basados en este aporte es importante afirmar la importancia de investigar apoyados en las propias experiencias que permiten acercarse al sentir, al pensar y al actuar de los participantes y seguido de ellos al propósito de la investigación.

Dado ello la metodología mixta conformada por los dos enfoques cuantitativo y cualitativo da como resultado un mayor entendimiento y profundidad de la investigación, compensando las debilidades que tiene cada enfoque; para (Chen., 2006):

Los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala

que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales; o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos de estudios. Los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias (Creswell, 2013 y Lieber y Weisner, 2010)” (p. 534)

El tipo de investigación utilizado en la realización de esta investigación es descriptiva que pretende detallar variables, características y el establecer segmentos de personas, grupos, comunidades y seguidamente medirlos y analizarlos y para conocer información en diferentes aspectos de un fenómeno o problema social. Estos pueden ofrecer la posibilidad de establecer predicciones o relaciones, aunque sean poco elaboradas (Sampieri, Fernández y Lucio, 2003). El instrumento de recolección de datos es mediante una encuesta. Una herramienta muy popular que para (Travers, 1971, p. 245). "... representa una serie de entrevistas personales breves pero estandarizadas, en las cuales los entrevistadores formulan siempre las mismas preguntas y las respuestas de los entrevistados se limitan a unas pocas categorías". Cuando la población es grande se toma una muestra, Según el autor Arias (2006, p. 83) define muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” a través de la cual se obtienen datos de una población más limitada que posteriormente permitirá hacer estimaciones de toda la población.

Dentro del cuestionario se encuentran preguntas: cerradas: las cuales se definen como aquellas que contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas, es decir, se presentan a los sujetos las posibilidades de respuesta y aquellos deben circunscribirse a estas. Pueden ser dicotómicas (dos alternativas de respuesta) o incluir varias alternativas de respuesta y

también se encuentran preguntas abiertas: las cuales no delimitan las opciones de respuesta, por lo cual el número de categoría de respuestas es elevado.

La muestra obtenida es representativa ya que tiene un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% Este es un indicador de la fiabilidad del estudio y de la exactitud de los resultados. El universo poblacional son 308 personas que conforman la cantidad de comerciantes de Inzá, Pedregal, Turminá, San Andrés y varias veredas aledañas dentro del último censo de industria y comercio del año 2020 que nos arrojó un tamaño de muestra de 172 personas.

El conjunto de técnicas que se empleará es el mapeo participativo, transecto, diagrama de organización e interacciones, tortas, jerarquización o categorización, complementado con una entrevista semiestructurada, cada actividad enmarcada en el respeto permitiendo un espacio de análisis y reflexión, iniciado con una conversación de temas generales y de contexto para avanzar progresivamente a una comunicación amena donde el involucrado haga sus aportes a la investigación.

La población objetivo son las unidades comerciales ubicadas dentro de las 4 zonas más grandes y representativas del municipio de Inzá (urbana-rural) sin importar su tamaño o actividad, el tipo de censo es cuantitativo y descriptivo, la encuesta se realizó de manera presencial y personal, puerta a puerta identificando las unidades productivas, excepto vendedores ambulantes y se ejecutó entre los meses de enero y abril del año de 2022.

Para establecer las variables de la encuesta se basó en un manual de caracterización y relacionamiento con los grupos de interés del Ministerio de las TIC a través de Gobierno en Línea en el 2011, donde se brinda una pauta o modelo en diferentes aspectos afines a las variables utilizadas para segmentación de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, teniendo en cuenta criterios requeridos por otras políticas como Servicio al Ciudadano, Participación

Ciudadana, Rendición de Cuentas y Racionalización de Trámites. (Guía para elaboración de Caracterización (2).pdf).

Figura 2.

Diseño metodológico de la investigación: Caracterización socio-económica y empresarial del sector comercial del municipio de Inzá.



Fuente: Propia de la investigación

4. Contextualización valorativa

4.1 Contribución del trabajo

La práctica profesional que se desarrollará en la dependencia financiera de la Alcaldía del municipio de Inzá contribuirá en la actualización de una base de datos que permitirá contar y caracterizar la estructura empresarial y productiva del municipio de Inzá, identificando el grado de formalidad e informalidad, el nivel de apoyo empresarial que necesita y potencial que tiene para continuar desarrollándose.

Este censo de las unidades comerciales ubicadas en la zona urbana-rural se podrá usar para elaborar una planeación estructurada del desarrollo económico orientado a continuar impulsando el sector y sus diferentes actores y agentes de las 4 principales zonas pobladas del municipio, favoreciendo la tasa de informalidad que presenta Inzá, sus ingresos y así mismo su recaudo.

4.2 Limitaciones

- Las expectativas que puede generar el hecho de que los comerciantes de cada centro poblado sepan las ventajas de formalizarse y no lo hagan
- Desinterés por parte de los dueños de las unidades de comercio por participar en la investigación.
- Desinterés de los emprendedores por recibir información importante sobre el proceso de formalización, sus ventajas e incentivos.
- Limitación en cuanto a la inseguridad de orden público en el municipio.
- Que las organizaciones conformadas no hagan la debida contribución.

- Visualización clara de la información al momento de hacer la caracterización y que el conocimiento no sea aceptado o compartido por el entrevistado.

4.3 Resultados esperados

La oficina financiera obtendrá como resultado un informe de investigación y caracterización detallado que le permita ubicar los agentes económicos que confluyen en 4 de sus principales centros poblados y con ello se espera:

- Construcción del censo empresarial de los centros poblados del municipio de Inzá, Inzá (cabecera municipal), Pedregal, Turminá, San Andrés.
- Disminución de la tasa de informalidad comercial en el municipio de Inzá
- Brindar herramientas que le permitan a la administración municipal de Inzá a través de la Secretaría de Finanzas Públicas, mejorar el recaudo de Ingresos corrientes de Libre Destinación.
- Se espera un informe detallado del sector económico de los 4 corregimientos anteriormente mencionados del municipio de Inzá.
- Caracterización económica de los centros poblados que conforman el municipio de Inzá.
- Mejorar el indicador de los comerciantes.

4.3.1 Resultados para el estudiante

La práctica profesional desarrollada en el área financiera de la alcaldía de Inzá es una oportunidad de aprendizaje enorme donde se aplicará en una organización real del sector público los conocimientos y habilidades adquiridas tanto profesional como personalmente, adquiridas en el paso por la universidad, al mismo tiempo de un enriquecimiento de nuevas competencias y

experiencia para continuar con una formación integral del profesional del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca.

5. Desarrollo del trabajo

La práctica profesional desarrollada en la Oficina Financiera de la Alcaldía del municipio de Inzá se enfocó en la ubicación de los comerciantes acreedores de contribuciones por ejercer una actividad comercial, una mirada al sector que permitió la caracterización de 5 zonas con importante dinamismo económico en el municipio. La investigación se fundamentó en buscar herramientas que permitan mejorar el recaudo público y continuar con una buena gestión financiera que le permita garantizar el flujo de efectivo necesario a la Oficina para financiar actividades y operaciones planeadas y proporcionar una estructura financiera para la planeación de actividades futuras. Al ubicar a los comerciantes y conocer características socio-demográficas, información sobre su unidad de negocio y su entorno ocupacional y percepciones de los comerciantes frente a las políticas, formas y manejo al recaudo, posibilita un escaneo y clasificación de diversos factores que influyen en el desempeño del comerciante, del sector económico y así mismo de las contribuciones por el desarrollo de su actividad comercial.

La práctica denominada “Caracterización socio-económica y empresarial del sector comercial del municipio de Inzá para el área financiera de la alcaldía del Municipio de Inzá” se desarrolló conforme al cronograma estipulado. Para que el desempeño de la práctica se diera satisfactoriamente debió dividirse en 4 etapas llevadas a cabo desde el mes de diciembre del

2021 hasta el mes de mayo 2022 dando cumplimiento a la resolución expedida desde la oficina del CES, Universidad del Cauca dichas etapas con diferentes procedimientos cada una.

Es importante anotar que antes de cualquier tipo de trabajo en campo el ejercicio de investigación requiere el reconocimiento del marco conceptual y teórico, legal que complementan el proceso. La primera etapa se da inicio después de la afiliación a la ARL (Administradoras de Riesgos Laborales) por parte de la organización e inducción para tener conocimiento de la normatividad, procesos y procedimientos que permiten la formalización de contribuyentes del impuesto de Industria y comercio; el alistamiento que encierra publicaciones en página web de la alcaldía, papeleo, flyer informativo, formato de entrevista conforman la segunda etapa. Continuando con la investigación se hace el respectivo trabajo de campo que es la aplicación de la encuesta de caracterización a los comerciantes de los centros poblados y posteriormente se realiza el análisis de datos de la información para tener documentos y herramientas claves para una toma de decisiones que involucren los intereses de las dos partes (estado-contribuyentes) y un beneficio mutuo, orientado a la consolidación progresiva del bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población Inzaeña.

5.1. Mecanismos de divulgación

Los Mecanismos de divulgación son fundamentales para el proceso de investigación ya que es oportuno que los encuestados sepan quien, cuando y porque motivo van a acercarse a obtener información de ellos y su establecimiento comercial. La radio es utilizada como medio y espacio de comunicación y en un municipio donde no hay un 100% de cobertura digital y de internet, la radio se convierte en un importante medio de comunicación o sino el principal medio de debate alternativo, pues se destaca como uno de las herramientas de comunicación con más

audiencia en el territorio y fue este el primer medio de difusión donde se informó a la comunidad a través de cuña radial y visita a las instalaciones de la Radio Campesina de Inzá Tierradentro el trabajo que venía desarrollando la oficina financiera y la importancia de que los pobladores de cada centro urbano estuvieran abiertos a recibir y transmitir información. Por otro lado, las páginas web oficiales son espacios virtuales donde se administra información oficial, verídica y digital de las organizaciones y donde se expone la publicidad (flyer, volantes) de la investigación sobre el proceso de caracterización que se llevó a cabo junto con la campaña de formalización y actualización de los locales comerciales; todo ello para darle visibilidad al ejercicio de campo y que los comerciantes tanto de la cabecera como las zonas a visitar estuvieran enterados del trabajo que se iba a realizar en sus comunidades.

5.2. Trabajo de campo- Caracterización

Las encuestas tienen la capacidad de medir cuán representativos son los puntos de vista y las experiencias individuales de un grupo poblacional determinado debido en vista de que proporcionan números concretos sobre sentires, opiniones y las conductas de los individuos y pueden ser instrumento valioso para implementar estrategias o políticas que permite la mejora de un proceso, en nuestro caso una función de la gestión financiera, el recaudo público por medio del impuesto de ICA.

Antes de realizar una encuesta es menester efectuar una encuesta piloto que es utilizada para detectar posibles fallas, problemas, inconvenientes que el personal a encuestar pueda tener relacionados con logística, distribución, recopilación y registro de datos; Así como dificultades de comprensión de preguntas, dudas, cambio de opciones, amplitud de preguntas que desvíen el objetivo de la encuesta o por el contrario opiniones de mejora que aportan los mismos

encuestados sobre problemas en el cuestionario que pueden ser solucionados antes de aplicar la encuesta real. De esta manera se aplicó la encuesta piloto a un número pequeño de comerciantes que permitió una retroalimentación a la encuesta y vislumbrar errores que optimizaron la comprensión y duración de la encuesta por comerciante.

La encuesta final está conformada por 4 secciones y 33 preguntas, con el siguiente encabezado “ENCUESTA PARA CARACTERIZACION SOCIO-ECONOMICA EN EL SECTOR COMERCIAL DEL MUNICIPIO DE INZA 2021-2022” y un objetivo descrito así: “Desde la secretaria de finanzas publicas se busca obtener información directa sobre el estado actual de área comercial de 4 de los principales centros poblados del municipio de Inzá (Cabecera, Turminá, Pedregal, San Andrés). Sumado a ello lograr hacer parte del proceso de formalización a los comerciantes establecidos en los sectores anteriormente mencionados. La primera sección de la encuesta tiene Características socio-económicas del dueño, un espacio para el nombre del comerciante, la siguiente sección es la identificación de la empresa, continúan con el entorno ocupacional y finalmente una pregunta sobre la percepción de la pandemia en su negocio.

La encuesta tuvo cabida en una sola hoja, con 31 preguntas cerradas de diferentes opciones y 2 preguntas abiertas para especificar la Ocupación y el lugar de donde proviene. El tiempo de duración de la encuesta es aproximadamente de 20 a 30 minutos por persona, ya que se le da una información antes de iniciar con la encuesta, se deben explicar algunas preguntas, se da tiempo para revisar algunos datos que no tiene la persona y finalmente se aplica la campaña de información sobre formalización y actualización de la matrícula de Industria y comercio. Llevar a cabo una investigación no es tarea fácil, en muchas ocasiones el entrevistador se enfrenta a factores diversos ya en el trabajo de campo y son muchos los elementos que se

deben de cuidar para que el trabajo sea de calidad y se obtengan los datos que se están buscando. En el caso de la caracterización aplicada en el comercio de Inzá identificar el ambiente ideal para elegir a los encuestados no fue fácil puesto que los comerciantes se encuentran desarrollando su trabajo, atendido clientes, haciendo cuentas, realizando pedidos, llenando facturas, organizando y despachando mercancía lo que dificulta y demora un poco la encuesta. En muchas ocasiones no se tenía el momento propicio y el lugar cómodo para realizar la indagación, pero por profesionalismo son situaciones que se deben superar y pasar por alto.

Los datos obtenidos son bajo consentimiento informado y son solo de uso de la oficina financiera, antes de realizar la encuesta y obtener información e informa al sujeto al cual se le aplica el cuestionario el propósito de la recolección de sus datos, el lugar donde van a parar, quien tendrá acceso a ellos y cómo van a ser publicados.

5.3 Metodología

Las encuestas proporcionan números concretos y entre más grande sea el universo más significativo va a ser la información que se obtenga de él. La metodología de la investigación es mixta, con 31 preguntas cuantitativas y 2 cualitativas y con aportes de opinión sobre el impuesto de Industria y comercio y el posterior manejo de los ingresos y su aplicación en el plan de desarrollo del municipio.

Por un lado, los datos cuantitativos incluyen información cerrada que se utiliza para medir cual es el tipo de respuesta más común en cada localidad; por otro lado, los datos cualitativos son información abierta y el análisis de los datos cualitativos (palabras, textos o comportamientos) se acostumbra a separarlos por categorías para conocer la diversidad de las participaciones.

La investigación es de tipo descriptivo, ya que esta investigación tiene como función puntualizar las características de la población que está estudiando. Este tipo de métodos se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. En otros términos, su finalidad es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin enfocarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno ya que “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.

El método por el cual se selecciona la muestra a la que se aplicó la encuesta fue una calculadora de muestras de la página de QuestionPro con nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5% la muestra se obtuvo de un universo de 308 comerciantes que se encontraban en una base de datos que se tiene de la oficina financiera en un censo realizado en el año 2020, el documento posee datos de comerciantes de los 5 centros poblados investigados y las veredas aledañas de estas zonas, por lo que la encuesta no se aplicaría en toda esta población; por esta razón fue necesaria una muestra que dio como resultado 172 individuos, pero en total se encuestaron 178 personas, número representativo de la población y se aplicó solo en las zonas especificadas; el recorrido en cada zona duro aproximadamente 3 semanas para implementar la encuesta y hacer la transcripción de datos.

El desplazamiento a los lugares concretados se ejecutó en motocicleta, con recursos de gasolina aportada por la oficina de planeación de la Alcaldía y la motocicleta fue propiedad del investigador, lo que disminuyó gastos y optimizó el tiempo de desplazamiento.

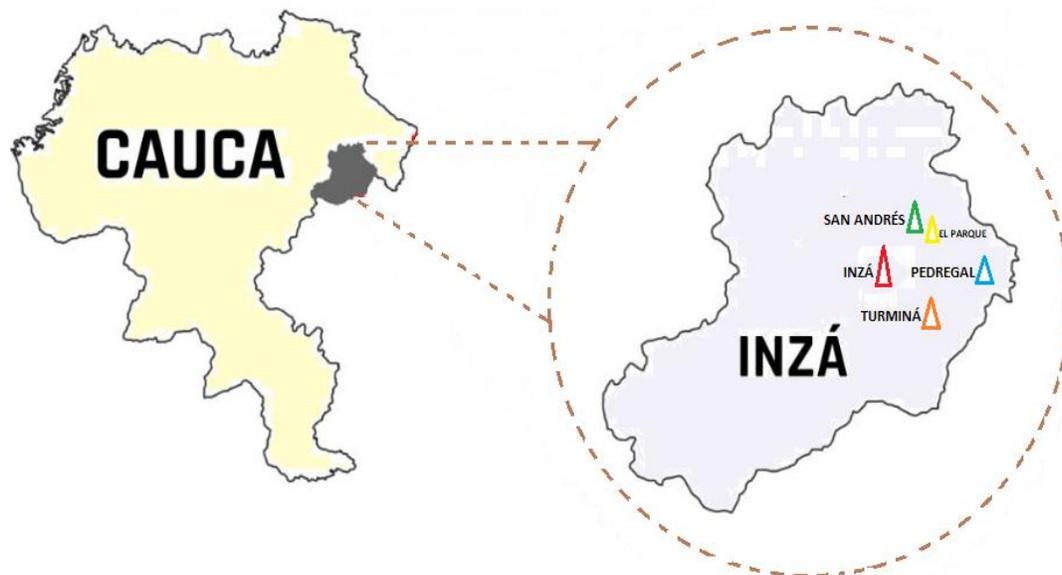
A continuación, se observa en la siguiente gráfica la ubicación de Inzá, dentro del departamento del Cauca, Colombia y la distribución de las zonas donde se aplicó la encuesta de caracterización.

Figura 3.

Mapa del departamento del Cauca en Colombia y del municipio de Inzá en el departamento del Cauca.

**Figura 4.**

Mapa municipio de Inzá en el Cauca. Sitios de muestreo donde se aplicó la encuesta.



Nota: Lugares donde se hizo el trabajo de campo dentro del municipio de Inzá. Son cinco: vereda San Andrés, vereda El Parque, vereda Pedregal, vereda Turminá e Inzá (cabecera municipal).

Figura 5.
Mapa político del municipio de Inzá



Fuente: Sitio web del municipio Inzá Cauca, Colombia.

Inzá es un municipio ubicado al oriente del departamento del Cauca, limita con los municipios de Páez, Totoró, Silvia, Puracé y el departamento del Huila, junto con el municipio de Páez conforman la región de Tierradentro. Pose una superficie de 87,581.21 hectáreas, lo que corresponde al 2,6% de la extensión del departamento del Cauca. El área urbana de Inzá dista a 91 kilómetros de la ciudad de Popayán capital del Departamento del Cauca, y a 30 kilómetros de La Plata (Huila) centro comercial importante para la región del oriente Caucaño. La población rural del Municipio en su mayoría, se distribuye en la zona de piso térmico templado, propiciando la concentración de asentamientos humanos mediante la formación de caseríos, tres (3) de los cuales han desarrollado características urbanas similares a las de la cabecera municipal

alcanzando mayor concentración de la población, por tal razón para este estudio, se denominan como Centros Poblados y corresponden a El Pedregal, Turminá y San Andrés.

El territorio municipal de Inzá se encuentra conformado por área urbana y área rural. El área urbana la conforman la Cabecera Municipal que lleva el mismo nombre del ente territorial, y los Centros Poblados de El Pedregal, Turminá y San Andrés, en los cuales se asienta una población de 4.812 habitantes. El área rural se encuentra política/administrativamente organizada por zonas campesinas y resguardos indígenas; constituida en su mayoría por campesinos y en menor proporción por indígenas. Aproximadamente el 6,7% habitan la cabecera municipal y 93,3% restante la zona rural organizada en veredas y sectores. Por tanto, para el 2018 la población del área urbana y rural era de 30.064 habitantes.

Figura 6.

Distribución sectorial de la población del municipio de Inzá - Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

La cabecera municipal tiene 7 barrios y la zona rural cuenta con 89 veredas y 6 resguardos indígenas. La población rural: centros rurales de El Pedregal, Turminá y San Andrés. Resguardos de: Santa Rosa de Capisisco, San Andrés de Pisimbalá, Calderas, Tumbichucue, Yaquivá y la Gaitana.

En cuestión socio-política, el territorio ha sido históricamente afectado por grupos al margen de la ley, guerrillas que vieron en el relieve Inzaño un albergue al que es difícil acceder y que aún continúa sirviendo de refugio y campo de entrenamiento. Veredas como San Andrés, el Hato, Pedregal y la cabecera continúan siendo lugares donde usualmente se vivencia su mal accionar, con infortunios como: hostigamientos e instalación de artefactos explosivos dejando a su paso cientos de víctimas, desplazamientos forzados, muertes y heridos, desapariciones, reclutamiento forzado, atentados y violación a derechos humanos.

Un informe analítico de la personería municipal muestra hasta esa fecha 1.063 víctimas de la violencia en un periodo de 8 años (2008-2016) respecto a homicidios, desplazamientos y discapacidad. (Personería municipal, 2016, citado por Gómez, D. 2017). Pero las estimaciones de algunas organizaciones no gubernamentales presentes en el municipio manifiestan que las víctimas pueden llegar a triplicar los números, pues en muchas ocasiones las víctimas no denuncian por muchos motivos. Estas organizaciones hacen presencia en el municipio por temporadas, pues cuando logran introducirse en el territorio e iniciar procesos de restauración de víctimas, son amenazados, señalados y deben marcharse de la región, dejando un proceso inconcluso.

5.4 Centro urbano Inzá

Figura 7.

Cabecera municipal de Inzá vista satelital.



Fuente: Tomado de Google Earth, vista satelital.

Figura 8.

Foto de la cabecera municipal del municipio de Inzá - Cauca.



Fuente: Sevilla, R (2017) Sobrevuelo cabecera municipal de Inzá

Figura 9.

Foto de la plaza principal de la cabecera municipal de Inzá - Cauca.



Fuente: Pagina web municipio de Inzá (2017) Parque cafetero central, Inzá

La cabecera municipal de Inzá cuenta con 7 barrios: Centro, Moyas, Delicias, Bolívar, Santander, Las Mercedes y Siloé. El trabajo de campo consistió en recorrer la cabecera, local por local y preguntar a cada comerciante si tenía la voluntad de contestar la encuesta remitida desde la Oficina financiera de la alcaldía; para mayor aceptación y credibilidad el investigador cuenta con un chaleco distintivo de la Alcaldía Municipal y escarapela que identifican como miembro activo de la organización. La encuesta también se envió por medio virtual a comerciantes que no tenían tiempo para responderla en sus lugares de trabajo y prefirieron hacer desde otro lugar; la encuesta por medios virtuales como internet permiten recopilar información de manera más rápida, menos costos y tiempo de desplazamiento y un muestro controlado.

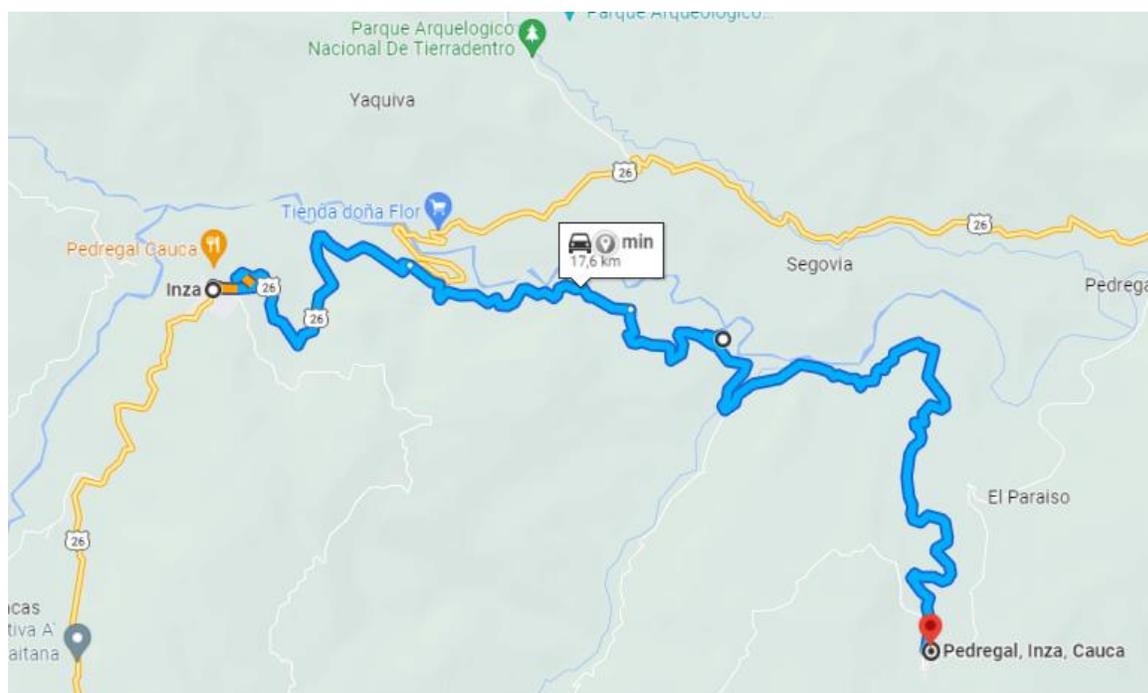
En la cabecera el total de encuestados fueron 95 personas de 5 barrios. La encuesta tuvo su realización y digitación durante el mes de febrero. El promedio de los comerciantes se

encuentra en estrato 1, y más de la mitad de establecimientos tienen menos de 5 años de creados, son administrados por mujeres.

5.5 El Pedregal

Figura 10.

Recorrido vía vehicular desde la cabecera Municipal de Inzá hasta la vereda El Pedregal



Fuente: Tomado de Google Maps

Figura 11.

Foto de la vereda el Pedregal. Centro poblado.



Fuente: <https://www.facebook.com/pedregalc/photos/a.1554114428146885/1554114414813553>

Desde la cabecera municipal de Inzá hay 3 vías para llegar a Pedregal, la segunda zona a visitar, por la vía más corta son 17,8 Km aproximadamente, la vía es carretera destapada y se encuentra en muy malas condiciones, el tiempo estimado para llegar hasta el sitio son 50 minutos en motocicleta. Se lograron ubicar y encuestar a 34 comerciantes en su mayoría hombre dueños de los establecimientos. La economía en esa parte de la zona se enfoca al cultivo del café, es una zona con gran porcentaje campesino ubicados en el estrato 1. Los emprendimientos generalmente tienen 5 años de creados, todos tienen una única sede y menos de la mitad de comerciantes se consideran víctimas del conflicto armado.

5.6 Turminá

Figura 12.

Recorrido vía vehicular desde la cabecera Municipal de Inzá hasta la vereda Turminá.



Fuente: Tomado de Google Maps

La zona de Turminá está a una distancia aproximada de 11 kilómetros del centro poblado de Inzá, el tiempo de duración del viaje hasta esta zona mayormente campesina es de 30 minutos. Un gran porcentaje de familias que viven en Turminá se dedican a la agricultura con sus fincas cafeteras. Se hallaron 19 locales comerciales, la mayoría creados entre 1 y 5 años y solo 2 negocios tiene más 30 años de existencia. En su mayoría son mujeres quienes los administran.

Figura 13.

Foto de la vereda Turminá. Centro poblado.



Fuente: Muñoz, J. (2015) <https://www.flickr.com/photos/149841931@N05/33854333683>

Figura 14.

Día de mercado en la vereda Turminá

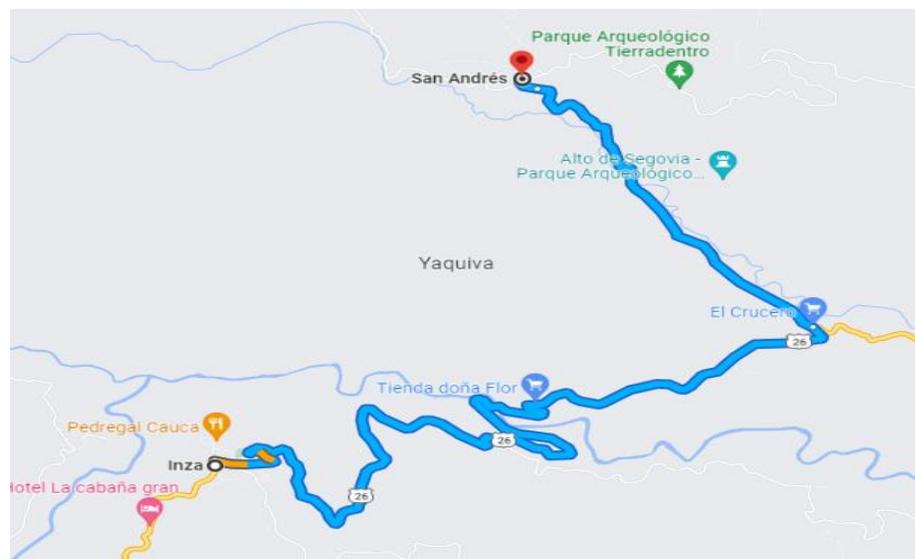


Fuente: https://www.facebook.com/turmina.cauca.35/photos_albums

5.7 San Andrés de Pisimbalá y El Parque

Figura 15.

Recorrido vía vehicular desde la cabecera Municipal de Inzá hasta la vereda San Andrés



Fuente: Tomado de Google Maps

Figura 16.

Foto de la vereda San Andrés. Centro poblado



Fuente: <https://www.hospedajetierradentro.com/> Panorámica

Por último, se visitó la zona de san Andrés con distancia desde Inzá de 13 kilómetros aproximadamente y con un recorrido que dura media hora. La vía se encuentra intermitentemente pavimentada. San Andrés es un importante sitio turístico donde se encuentra el parque Arqueológico de Tierradentro, declarada en 1995 por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad por ser un importante reservorio de la cultura precolombina. Anualmente recibe turistas que especialmente mantiene su visita entre dos pueblos: San Andrés y en el Parque, en san Andrés se encuestaron 24 comerciantes y en el Parque 6, esta vereda a 5 minutos de la anterior zona. Es por eso que la encuesta se aplicó en la vereda el Parque ya que es una zona donde muy concurrida por turistas y que al estar tan cerca al corregimiento de San Andrés alberga diferentes locales comerciales, teniendo 50% de sus comerciantes formalizados y 50% que aún no lo estaban.

San Andrés es resguardo indígena, sin embargo, la encuesta arrojó que 75% de pobladores se consideran campesinos y casi la mitad de ellos se consideran víctimas del conflicto armado. La zona es continuamente golpeada y habitada por grupos armados revolucionarios, razón por la cual muchos de los dueños de locales comerciales ven en esta situación una desventaja y amenaza para el desarrollo de la región, adicionalmente fue una jurisdicción muy afectada por la pandemia ya que durante dos años tuvieron que mantener cerrados y con muy pocos clientes en sus negocios.

Para efectuar la visita a San Andrés de Pisimbalá y El Parque, se contó el apoyo de la oficina de la Secretaria de Gobierno de la Alcaldía de Inzá, quienes previo al desarrollo de la actividad, dieron a conocer la situación y el proceso a llevar a cabo comunicando al gobernador del resguardo indígena dónde están ubicadas estas dos comunidades realizándose enlace para poder visitar el lugar sin mayores contratiempos y previniendo cualquier tipo de eventualidad con los diferentes grupos que conviven en la zona.

5.8 Aspectos Socio-económicos

Género

Para las zonas de estudio se encontró que el género masculino representa el 46,6% con 83 personas frente a 95 mujeres que representan el 54%. Actualmente es el mismo panorama nacional, según un estudio del 2022 de la cadena de radio colombiana RCN Radio hay un promedio de 420 mil tiendas, y de estas 218 mil son administradas por mujeres. En la mayoría de ocasiones en zonas como Pedregal, San Andrés, Turminá y El Parque las mujeres realizan las labores domésticas y de igual manera atienden el local comercial, en la cabecera la situación es similar, aunque en menores proporciones ya que cuando el local es tomado por arrendo, en otro sitio diferente a la casa, las personas se dedican a exclusivamente a la labor de atender y/o administrar su negocio.

Figura 17.

Caracterización población entre hombres y mujeres comerciantes del Municipio de Inzá, Cauca



Fuente: Propia de la investigación

Nivel Educativo

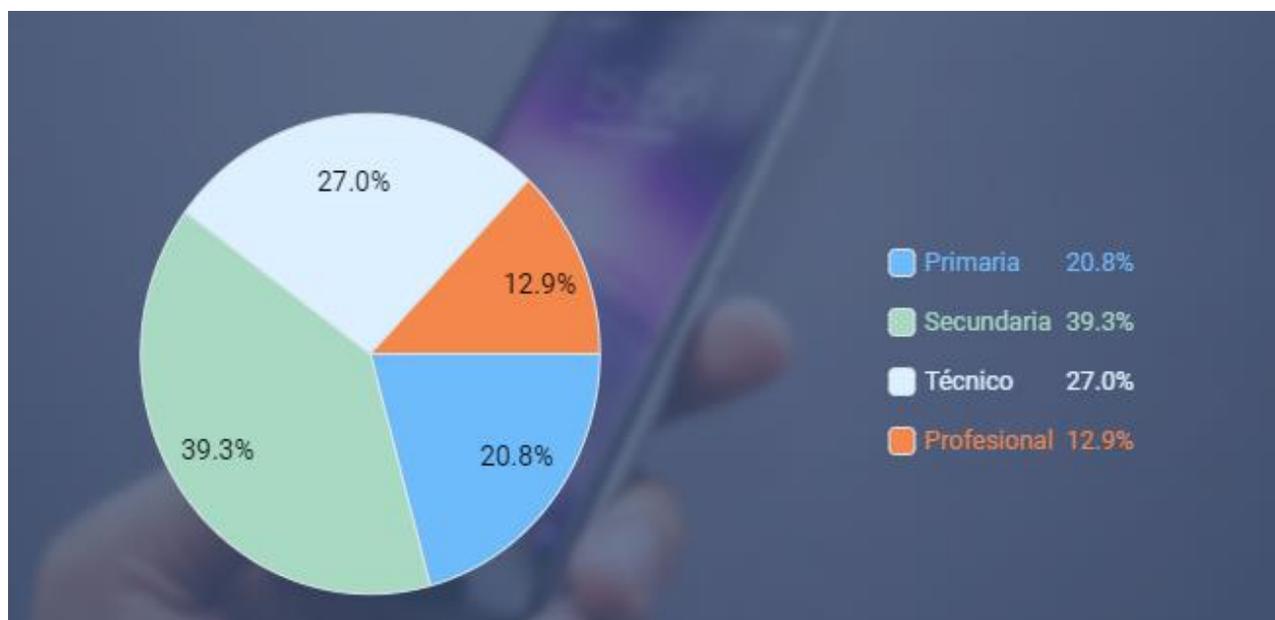
La educación es uno de los factores más importante en el desarrollo y progreso de una sociedad, enriqueciendo la cultura, los conocimientos, la capacidad de discernir, actuar y evaluar los aspectos que se presentan en la cotidianidad actuando de manera amplia e integra.

Actualmente el municipio de Inzá cuenta con 16 instituciones educativas oficiales ubicadas en diferentes sectores, y solo dos instituciones prestan el servicio de educación para adultos, sabatino. Las zonas donde se aplicó la encuesta todas cuentan con Instituciones Educativas de primaria y secundaria ubicadas en la misma vereda, en la cabecera hay dos Instituciones Educativas oficiales y sumado a ello Instituciones de nivel técnico profesional y nivel tecnológico.

La encuesta arroja que de los 178 encuestados solo 23 personas (12.9%) son profesionales, 48 personas tiene un técnico (27%), 37 solo ha cursado la primaria (20%) y un mayor porcentaje de 39,3% equivalente a 70 personas culminaron su secundaria.

Figura 18.

Nivel educativo de los comerciantes del Municipio de Inzá, Cauca.



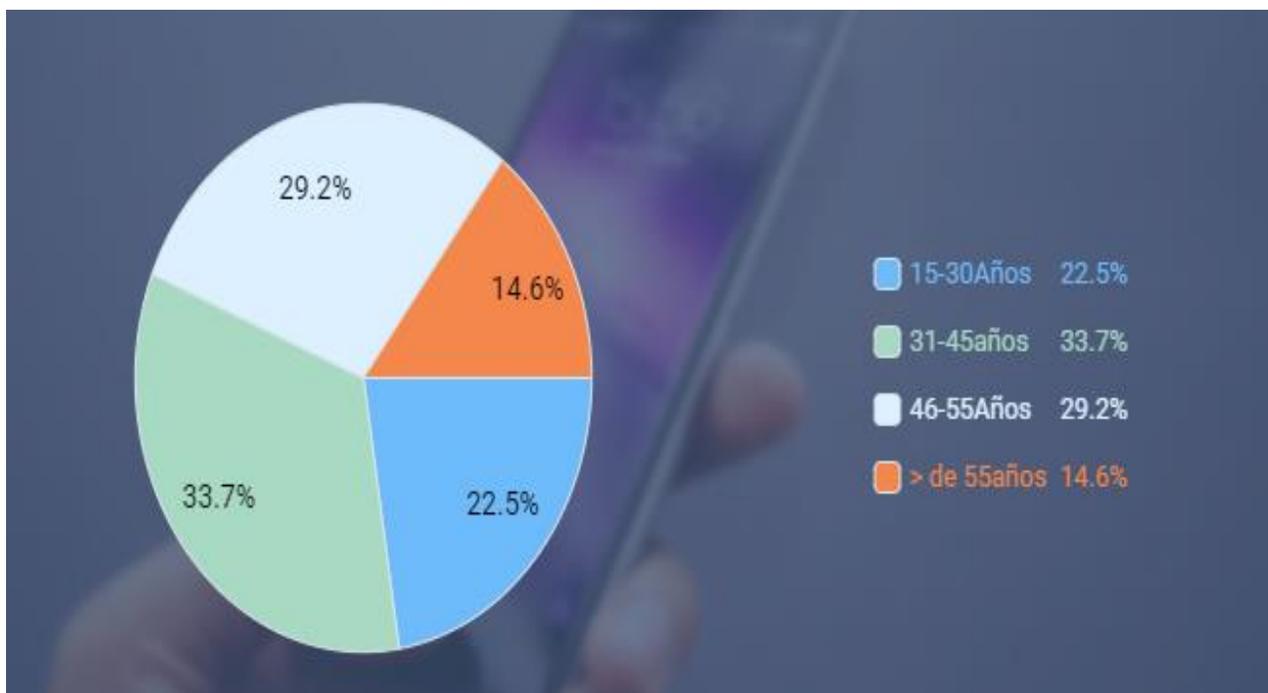
Fuente: Propia de la investigación

Rango de edad

Se puede apreciar que el sector comercial principalmente es operado por adultos con edades que oscilan entre los 31 y 45 años de edad, en total 60 personas que representan un 33.7%, seguido de adultos entre los 46 y 55 años con un porcentaje del 29.2%; las características notables de los nuevos negocios es que son especialmente administrados por jóvenes entre los 15 y 30 años, 40 de los encuestados pertenecen a este segmento con un 22,5% y un porción más pequeña del gráfico circular la ocupan personas mayores de 55 años donde se ubican los adultos mayores con un porcentaje de 14,6% con particularidades como la permanencia empresarial, ya que los establecimientos comerciales más antiguos son manejados por sus dueños, personas de mayor edad en etapa de vejez.

Figura 19.

Rango de edad de los comerciantes del Municipio de Inzá, Cauca.



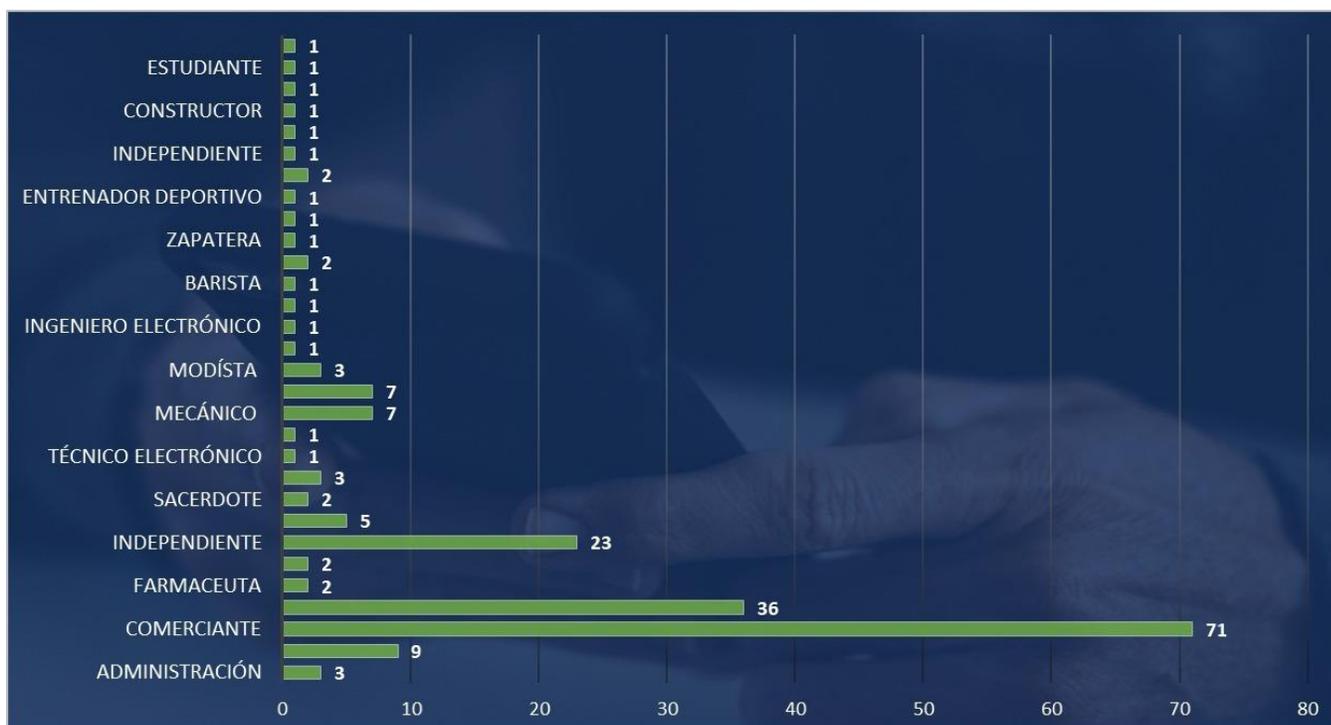
Fuente: Propia de la investigación

Ocupación

Los datos que provee la encuesta nos arrojan un abanico de ocupaciones en las se desempeñan los comerciantes. Gran parte se dedica solo a trabajar en su local comercial, seguido encontramos a las amas de casa, que alternan su labores domésticas con la atención de los negocios, el tercer grupo más anunciado son los que se identifican como independientes, después encontramos a los agricultores, y en proporciones más pequeñas encontramos a los que no son dueños de las microempresas pero las administran, también se hallan profesiones como, farmacéutas, veterinarios, barberos, mecánicos, modistas, zapateros, entrenadores deportivos, panaderos, constructores, ganaderos, artesanos, baristas, auxiliares administrativos, sacerdotes, técnicos electrónicos, cerrajeros, docentes, tenderos, ingenieros electrónicos y pensionados.

Figura 20.

Ocupaciones de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



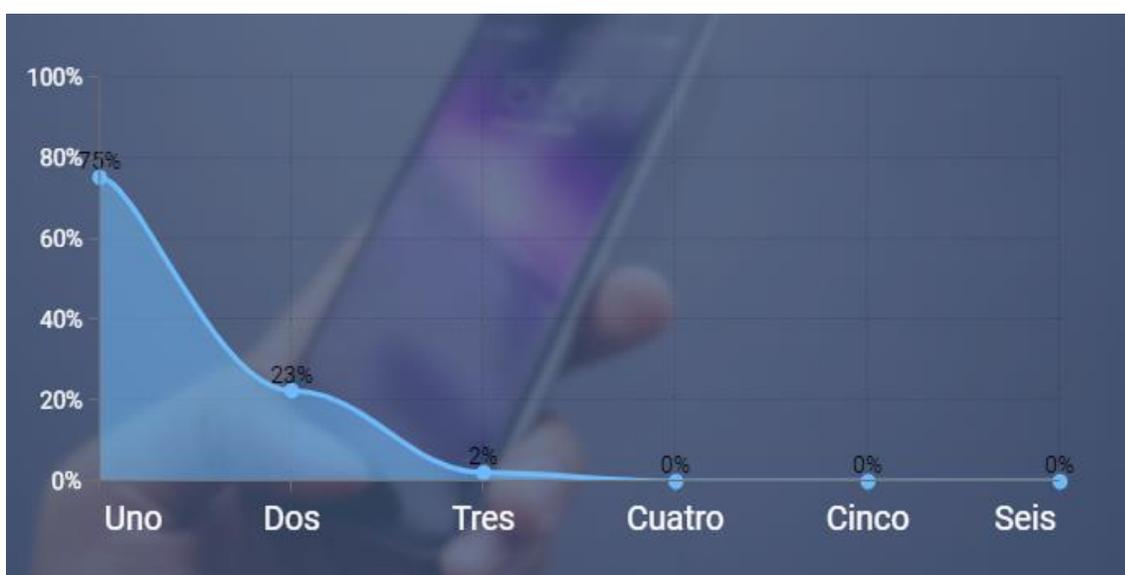
Fuente: Propia de la investigación

Estrato Socio-económico (DANE)

Según el DANE los estratos socio-económicos en los que se pueden clasificar las viviendas o predios son 6, denominados así: 1. Bajo-bajo; 2. Bajo; 3. Medio-bajo; 4. Medio; 5. Medio-alto; 6. Alto. Donde los 3 primeros estratos albergan a los usuarios con menos recursos, el 4 son usuarios que no son beneficiarios de subsidios ni deben pagar sobrecostos y los últimos estratos 4 y 5 son los altos donde se ubica la gente con mayor recurso económico. La encuesta arroja que el 75% de los participantes se encuentran en estrato 1, 23% se clasifican en estrato 2 y tan solo 4 personas que equivalen al 2% pertenecen al estrato 3. Todos ellas se ubican en los estratos de menos recursos. La clasificación que hace el DANE se basa en las características de las viviendas y su entorno urbano o rural, especificaciones que van desde lo funcional a lo estético. Muchos de los establecimientos de las zonas donde se realizó el trabajo de campo presentan remodelaciones para mejorar su apariencia y prestar un servicio más ameno que atraiga a los posibles clientes.

Figura 21.

Estrato socio-económico de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Grupo Étnico

En el municipio de Inzá conviven diferentes sectores sociales e intervienen en todas las actividades del municipio, destacándose los campesinos, los indígenas, lo que urbanos quienes no se identifican con ninguno de los anteriores grupos y que viven en sector urbano y el grupo que no se identifica con ninguno de los mencionados. Estos grupos se distinguen y reconoce por prácticas, tradiciones, creencias, rituales compartidos, rasgos culturales como la lengua, la música, la danza, la gastronomía, la actividad económica como el trabajo y la defensa de la tierra y el campo, entre otros elementos.

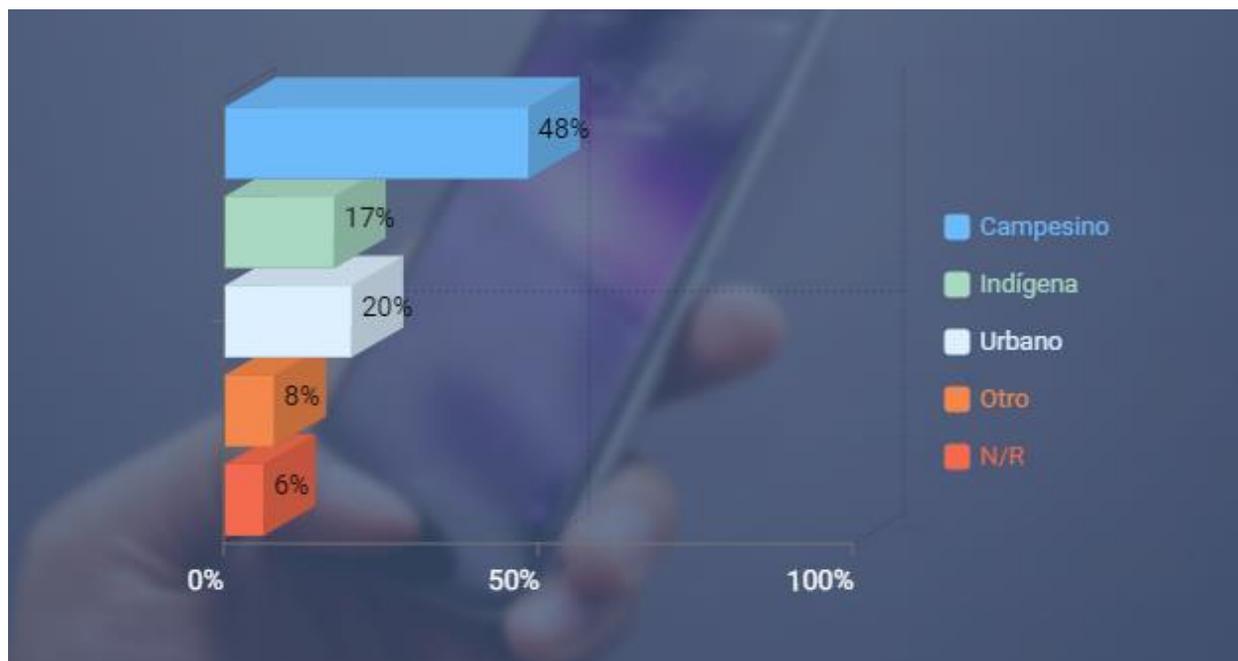
De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para el 2021, en el departamento del Cauca residen 1.504.044 personas, donde se hallan comunidades campesinas, indígenas y afrocolombianas.

El trabajo de campo señala que el 48% de los participantes encuestados se identifican como campesinos, un 17% hace parte de un cabildo y se reconoce como indígena, los urbanos son un porcentaje solo un poco mayor con el 20%; también se encontró que la población que no se identifica con ninguno es 8% frente a un 6% que no contestó la opción No Sabe, No Responde (NS/NR).

Aunque en Colombia auto reconocerse como campesino no lo hace sujeto especial de protección, como si pertenecer al grupo indígena con principios y derechos constitucionales donde se le garantiza el derecho a la tierra, propiedad a extensiones de tierras. Muchos campesinos en particular el grupo organizado de Inzá se auto reconocen como campesinos y continúan luchando para que el estado les garantice por medio de políticas redistributivas el acceso a la tierra y sus derechos.

Figura 22.

Grupo étnico de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



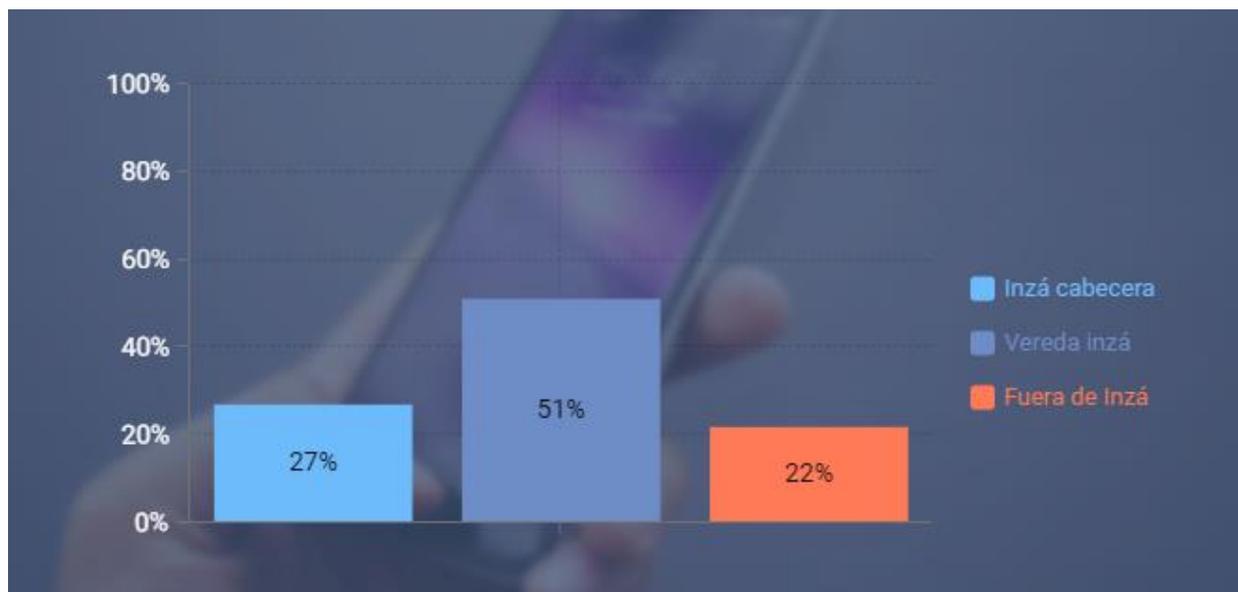
Fuente: Propia de la investigación

De donde proviene

En esta sección se puede determinar de donde son los ciudadanos que tienen un establecimiento comercial ubicado dentro de la jurisdicción del municipio de Inzá. El 27% de los encuestados son de la cabecera y tiene su local en la misma localidad o en las zonas rurales, el 51% de comerciantes son de las veredas del mismo municipio (Alto de la cruz, Santa Teresa, Turminá, Santa Rosa, San Andrés, Pedregal, El Parque, El Escobal, La Gaitana, Yaquivá, Santa Lucia, El Carmen, San Miguel, La Milagrosa, Guanacas, San Francisco) y un 22% de comerciantes que son de lugares fuera del municipio como: Páez, Popayán, Piendamó, Rosas, Cajibío, Tambo, Cali, Armenia, Manizales, Córdoba-Cesar, Chocó, La Plata-Huila, El Pital-Huila, Bogotá, Putumayo, Nariño, Venezuela, Ecuador.

Figura 23.

Lugar de procedencia de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

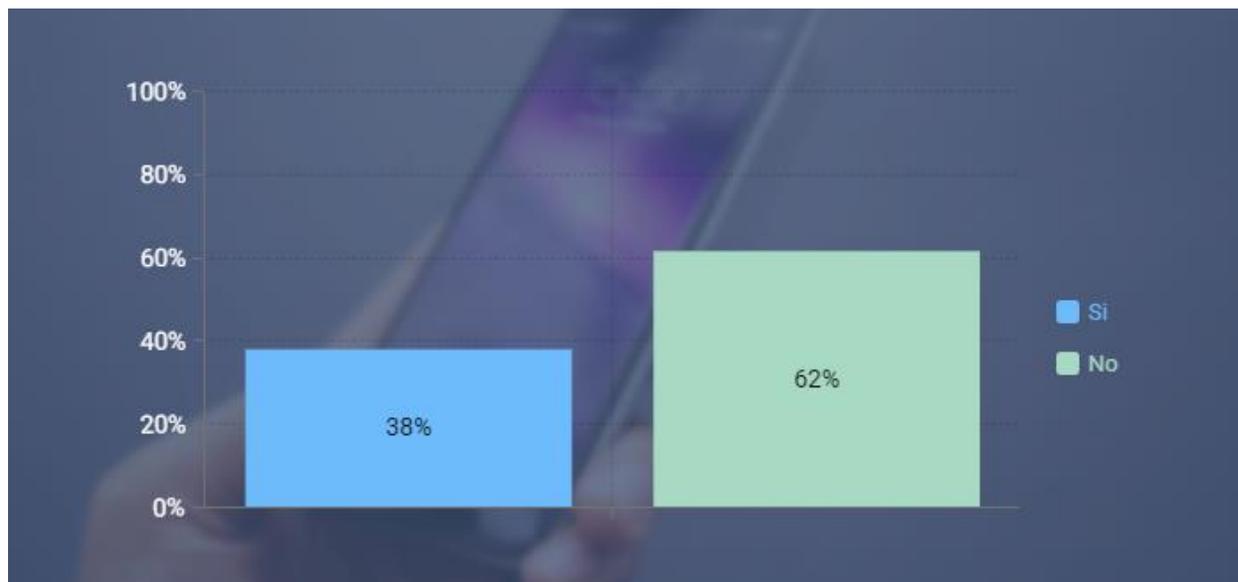
Es víctima del conflicto armado

Según los datos de la Comisión de la verdad para el año 2021 en el Registro único de víctimas, 473.533 personas en el Cauca han sido víctimas del conflicto armado, lo que equivale a la tercer parte de la población total departamental. Inzá como municipio ha vivido la histórica disputa territorial de grupos al margen de la ley y sus vías han sido usadas para transportar insumos, drogas, armamento entre otras. A pesar del acuerdo firmado entre el Gobierno Nacional y la guerrilla FARC-EP (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia) la violencia en el territorio Inzaeño ha regresado y ha venido con más fuerza y en aumento. Durante el tiempo del trabajo de campo, se presenciaron detonaciones de artefactos, captación de vehículos con droga, asesinatos, hostigamientos en la cabecera municipal y sus zonas aledañas. Es evidente que, aunque todos los habitantes del municipio de Inzá no se encuentren dentro de un censo de víctimas del conflicto armado, hacen parte de los estragos y problemas que deja la guerra.

Los datos que produce la encuesta muestran que el 62% de los comerciantes no se considera como víctima del conflicto frente a un 38% que si lo hacen.

Figura 24.

Víctimas del conflicto armado de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



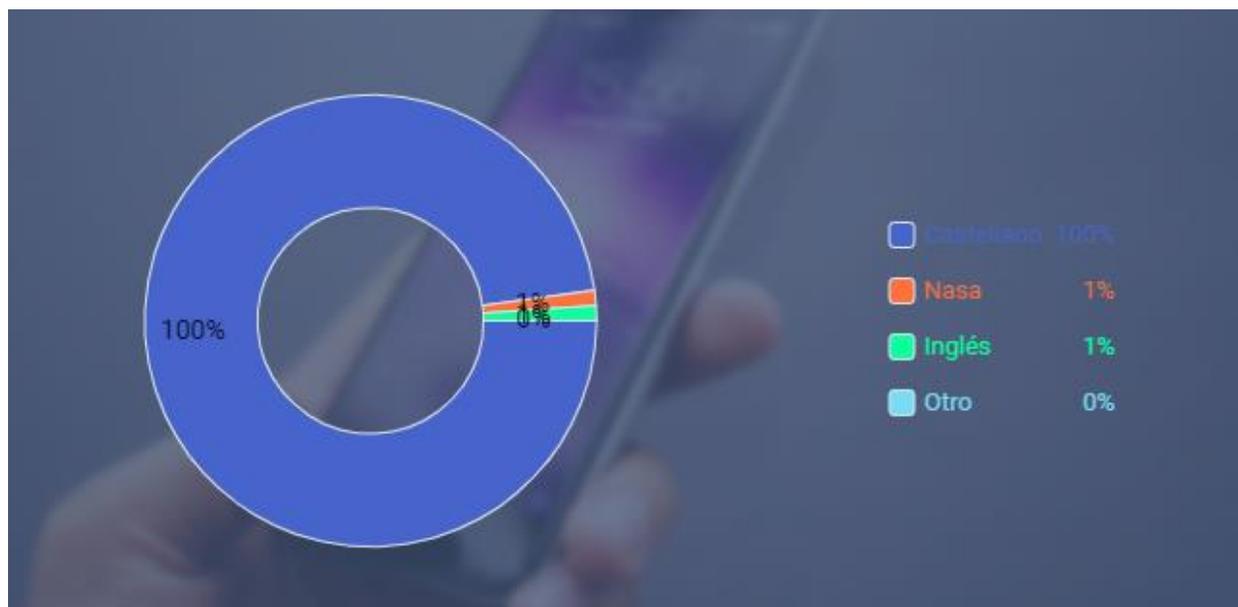
Fuente: Propia de la investigación

Que idioma maneja

Aunque en el municipio hay 6 resguardos indígenas de los 178 participantes de la encuesta solo 2 personas son nasa hablantes, el 1%, al igual que solo 2 personas tienen la habilidad de hablar inglés, frente al 100% que hablan el castellano. Es posible destacar dos aspectos importantes uno, la pérdida de la lengua indígena en el territorio con la que se pierde también parte de la herencia cultural y dos el nivel en el que se encuentra no solo el municipio sino el país frente al manejo de un segundo idioma y que según la revista online portafolio (2019) “en el ranking del estudio EF English Proficiency Index (EPI) realizado por EF Education First, Colombia pasó del puesto 60, en el 2018, a la posición número 68, en el 2019”. Evidenciando que el dominio del inglés se encuentra en nivel bajo muy bajo y que en Latinoamérica solo supera a Venezuela y Ecuador.

Figura 25.

Idioma que manejan los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

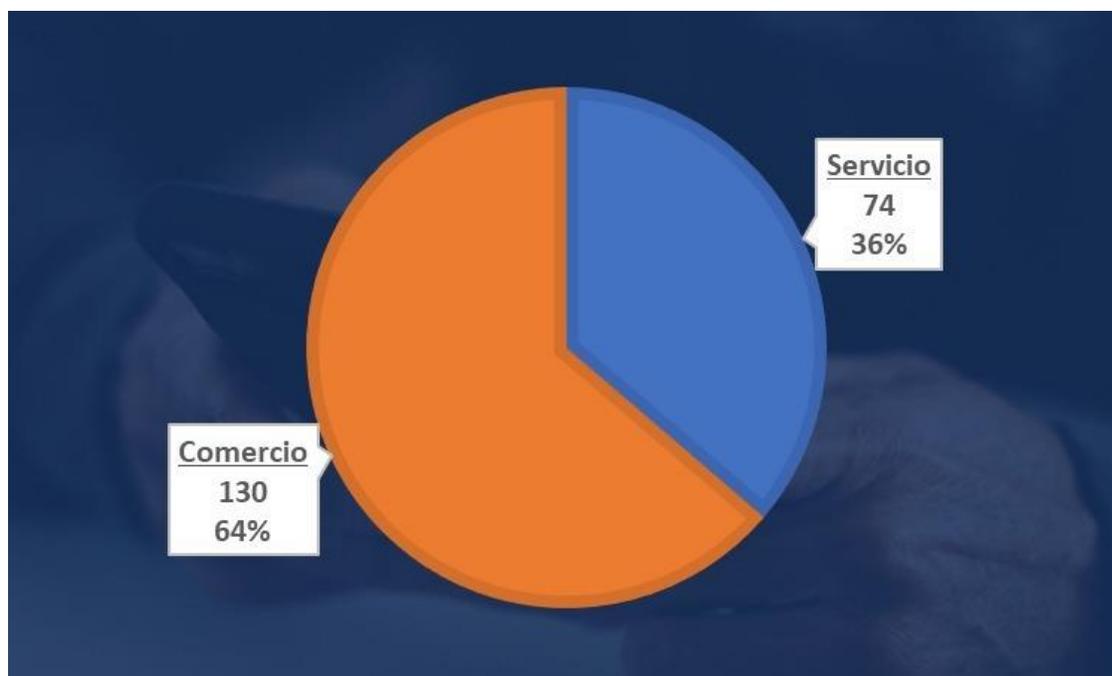
A qué sector económico

Para comprender el sector económico al que pertenecen los comerciantes del municipio de Inzá, se dividió en dos, se clasificaron las actividades económicas en servicio y comercial. Se evidencia que en la porción de comercio se ubica el mayor porcentaje de actividades con 64% y 130 negocios dedicados al intercambio de bienes y en la zona de servicio el 36% con 74 unidades de negocio. El trabajo de campo permitió observar que muchos de estos emprendimientos poseen más de una actividad económica ya que en una tienda de abarrotes se puede encontrar productos de salud, y al mismo tiempo venta de ropa. De igual manera en una peluquería puede encontrar que se venden licores y al mismo tiempo productos de la canasta familiar. En una zapatería también se encuentra que venden productos de panadería. Lo que hace difícil hacer una caracterización puntual. La actividad económica con mayor prevalencia en el sector comercial de Inzá son las tiendas, se encuentran 56 tiendas distribuidas en 5 zonas, las cafeterías aproximadamente son 19, cacharrerías se hallan 12, almacenes de ropa hay

aproximadamente 16, seguidos de 11 talleres de motos y 10 papelerías. El resto de actividades ya van disminuyendo en número, donde se puede encontrar: bares y discotecas, restaurantes, ventas de productos tecnológicos, productos derivados del café, productos agrícolas, ferreterías, fruiter, droguerías, lugares turísticos, artesanías, bomba de gasolina y venta de gasolina informal, hoteles y hospedajes y muchos emprendimientos más.

Figura 26.

Sector económico al que pertenecen los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Permanecía empresarial

De la crisis a la oportunidad, así se puede llamar la etapa de desarrollo y de intención emprendedora de muchos nuevos comerciantes en Inzá, donde en los dos años de pandemia COVID-19 surgieron nuevos emprendimientos, rescatando del rezago que dejó la fuerte

pandemia, nuevas oportunidades de inversión y negocio, dinamizando entonces la economía municipal.

Se destaca con un 62% que 110 nuevos negocios fueron abiertos en los últimos 5 años. Seguido de 26% con 46 locales comerciales que tienen una permanencia empresarial entre 6 y 15 años, continuando con 10 negocios de 16 a 30 años ocupando el 6% y de igual manera otro 6% para 11 negocios con más de 30 años de permanencia en el sector.

Figura 27.

Permanencia empresarial de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Organización jurídica

El 96% de los encuestados poseen una organización jurídica como personas naturales y tan solo el 2% son persona jurídica donde se encuentra una eps y el 1% S.A.S.

Figura 28.

Organización jurídica de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

5.9 Identificación de la empresa

Ubicación municipal

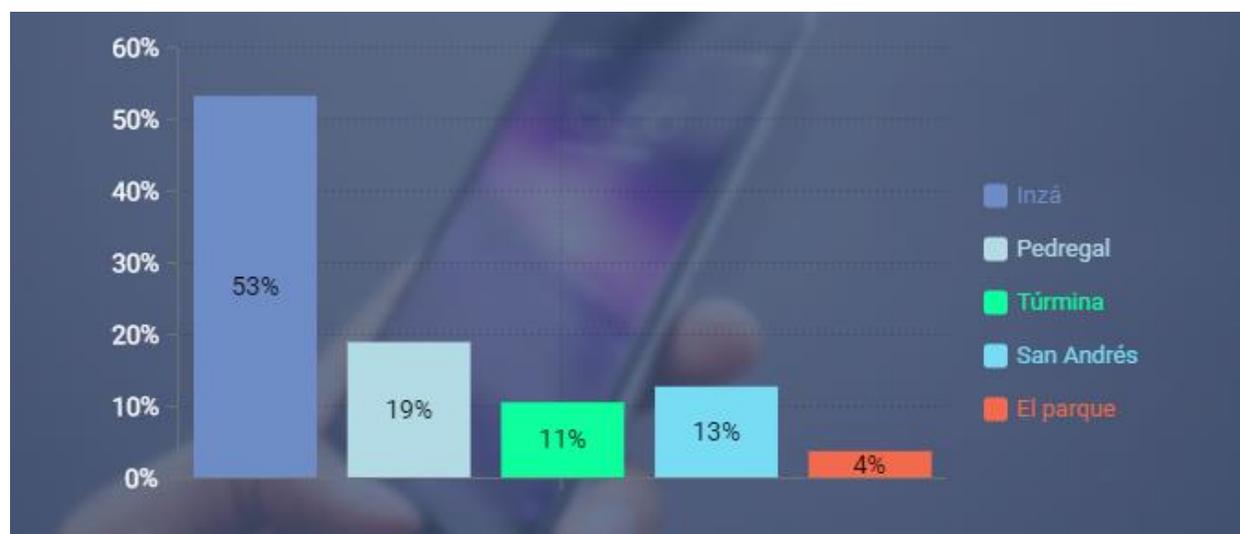
El carácter agropecuario del municipio de Inzá otorga características al empleo local donde la producción de café es la principal actividad económica, la ausencia de empresas en el sector hace que los empleos sean de tipo transitorio resultado de las labores agrícolas, lo que llevó al Inzaeño a optar por emprender. En tiempo de cosecha de café la economía notablemente se dinamiza, los trabajos adelantados en la vía transversal que atraviesa el municipio han hecho que Inzá busque la manera de crecer tanto territorialmente como económicamente, brindando más bienes y servicios, lugares para vivir. El fenómeno de ausencia de oferta de viviendas hace conseguir un local para poner un negocio se convierta en una tarea difícil y sumamente costosa; el montaje de locales comerciales en la zona rural tiene características importantes ya que muestra que no se dedican a una sola actividad comercial y como resultado en una tienda que

comercializa viveres y abarrotes también puede ser una droguería y restaurante, o en un almacén de ropa también se puede encontrar una peluquería.

En la cabecera municipal se puede encontrar el 53% de comercio, seguido de Pedregal con 19% pues es un centro poblado con características similares a Inzá y que por su cercanía al departamento de Huila es más fácil proveerse de insumos y crear un mercado que tiene notable movimiento los días del fin de semana. Continuando con el orden de mayor número de locales sigue San Andrés que es una plaza fuerte en temporada de vacaciones ya que es la zona turística más visitada del municipio donde se ubica el 13% de comercio, y un 4% en El Parque, que es la comunidad cercana a San Andrés donde está ubicado el punto de inicio del recorrido turístico. La vereda de Turminá concentra el 11% de locales comerciales.

Figura 29.

Ubicación municipal de los comerciantes de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Dispersión (cantidad de sucursales)

Se encuentra que la mayor parte de ellos establecimientos comerciales poseen una única sede para desempeñar su actividad económica, tan solo el 3% tienen la ventaja de tener dos sucursales ya sea en cabecera o en otra comunidad y ningún comerciante tiene 3 sucursales.

Figura 30.

Cantidad de sucursales de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Tamaño del establecimiento comercial

De acuerdo con Bancoldex (Banco de Desarrollo empresarial de Colombia) 2021, en Colombia el sector empresarial se clasifica en: micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004); y posteriormente por el Decreto MinCIT No. 957 del 5 de junio de 2019, que rige actualmente.

Tabla 2.

Clasificación de las empresas a nivel nacional.

Clasificación	Manufactura	Servicios	Comercio
Microempresas	Hasta \$895.488.252	Hasta \$1.253.675.952	Hasta \$1.701.401.076
Pequeñas empresas	Superior a \$895.488.252 y hasta \$7.790.629.980	Superior a \$1.253.675.952 y hasta \$5.014.665.804	Superior a \$1.701.401.076 y hasta \$16.387.172.784
Medianas empresas	Superior a \$7.790.629.980 y hasta \$65.996.416.260	Superior a \$5.014.665.804 y hasta \$18.357.224.136	Superior a \$16.387.172.784 y hasta \$82.114.938.768
Grandes empresas	Superior a \$65.996.416.260	Superior a \$18.357.224.136	Superior a \$82.114.938.768

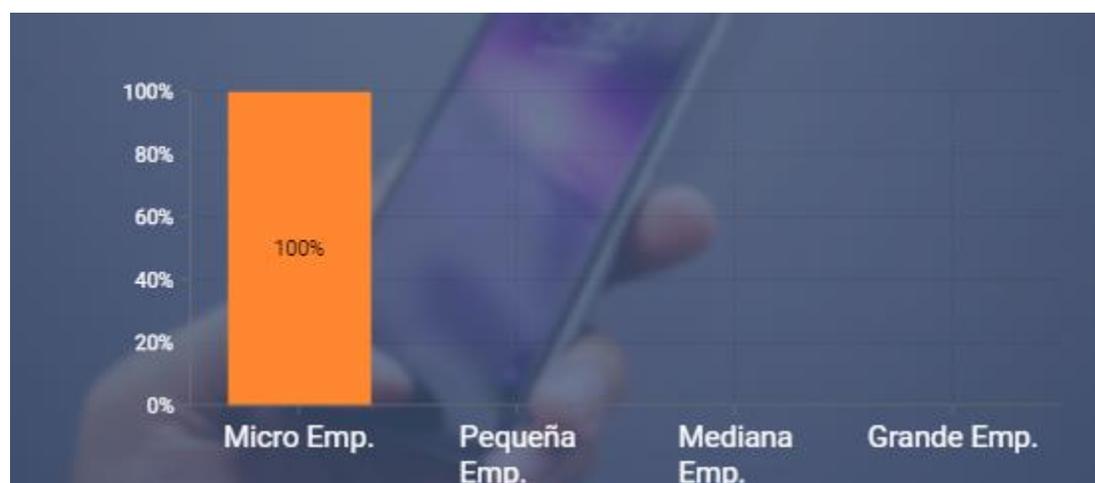
Nota: Esta tabla muestra los montos establecidos para determinar si una empresa es micro, pequeña, mediana o grande. Cuadro clasificación 2022 1 UVT= \$38.004 pesos.

Fuente: Bancoldex. (2021).

Como se muestra en la tabla 2 las características que dictaminan la clasificación de una empresa, se pudo obtener de esta manera que el 100% de las unidades económicas son microempresas ya que sus ingresos son menos a \$1.701.401.076, tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados.

Figura 31.

Tamaño del establecimiento comercial de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Dependencia

Las unidades de negocio que existen en las zonas encuestadas del municipio de Inzá, el 100% son propias, no pertenecen ni al Estado ni a ningún grupo industrial o multinacional.

Figura 32.

Tipo de dependencia de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

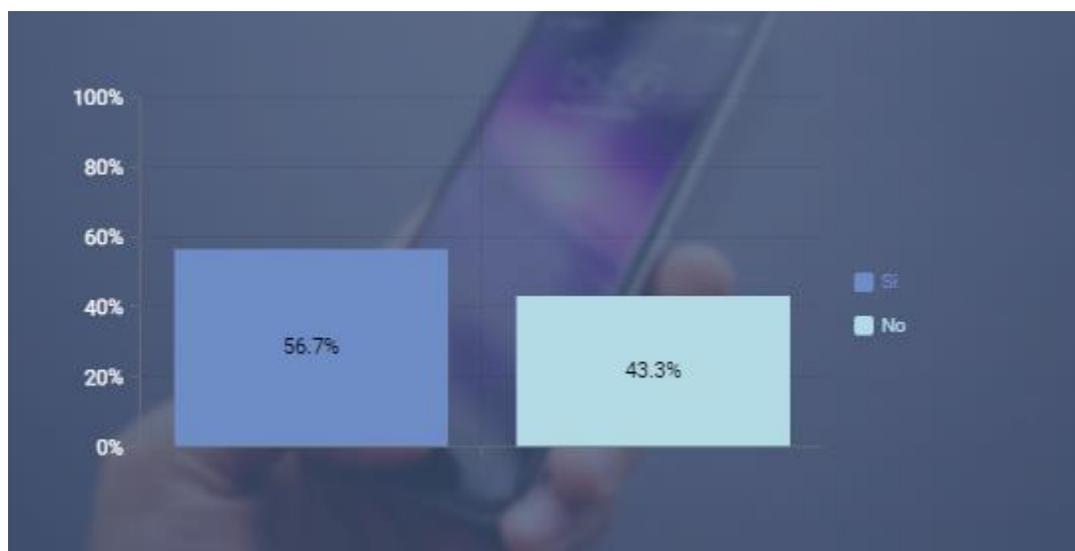
Lleva registros contables

El 56,7 % de los mercaderes del municipio de Inzá llevan registros contables, ya sea en un libro de contabilidad y muy pocos tienen programas o software de costos. La mayoría de veces sus anotaciones son los productos que venden, y las deudas, para no olvidar y poder hacer sus cuentas finalizando día, semana o mes. El otro 43,3% comunican que no llevan su contabilidad debido a que es muy poco lo que venden y que como son ellos mismos los que están al frente del negocio no necesitan comprobar si les falta o no dinero o si los insumos se les van a

acabar ya que solo haciendo uso de la vista se pueden dar cuenta que y cuantos productos les faltan.

Figura 33.

Registros contables de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



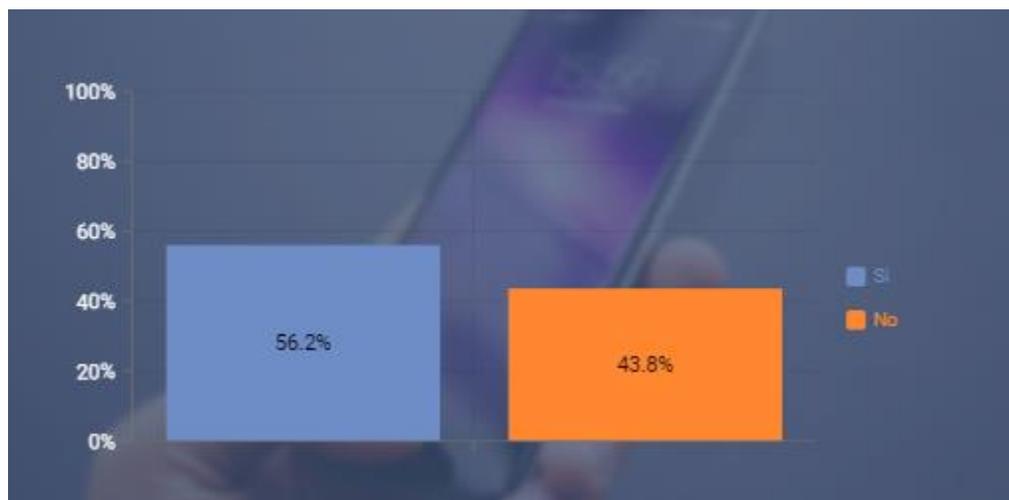
Fuente: Propia de la investigación

El negocio tiene aviso

El impuesto de avisos y tableros es un impuesto territorial que complementa el impuesto de industria y comercio, y que debe pagarse por colocar en la fachada del negocio, vía pública o espacio público al menos el nombre del negocio o un aviso. Los resultados de la encuesta arrojan que solo un poco más de la mitad el 56.2% de comerciantes han ubicado un aviso afuera de sus locales y el 43,8% no los pone porque no los ve necesario ya que la gente de la comunidad ya sabe dónde queda la tienda y que es lo que se comercializa.

Figura 34.

Avisos de los negocios de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



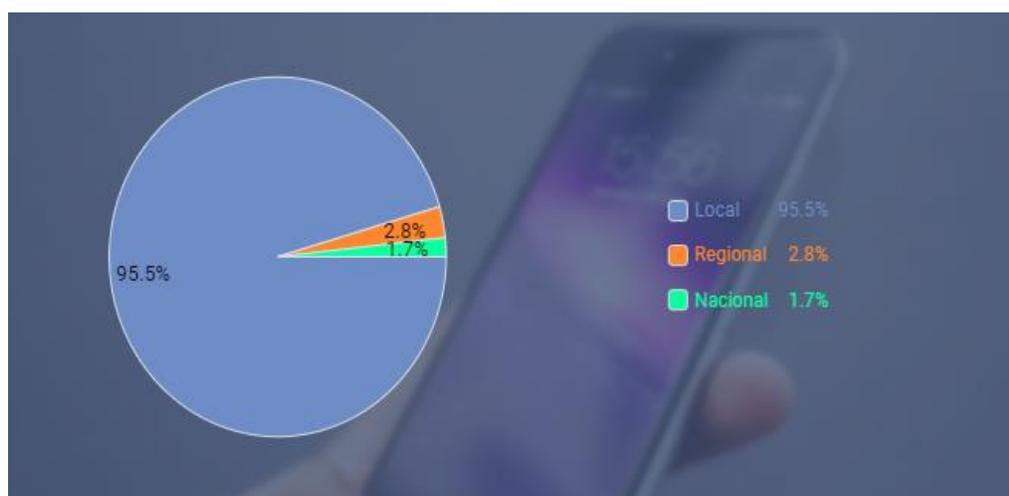
Fuente: Propia de la investigación

Cobertura geográfica

Los bienes y servicios que se comercializan en el municipio el 95.5% se hace de manera local, solo dentro del municipio y abastecimiento del mismo territorio, el 2.8% tienen ventas a nivel regional y tan solo el 1.7% hacen ventas nacionales, entre ellos se destacan productos como el café, derivados del café y artesanías.

Figura 35.

Cobertura geográfica de ventas de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

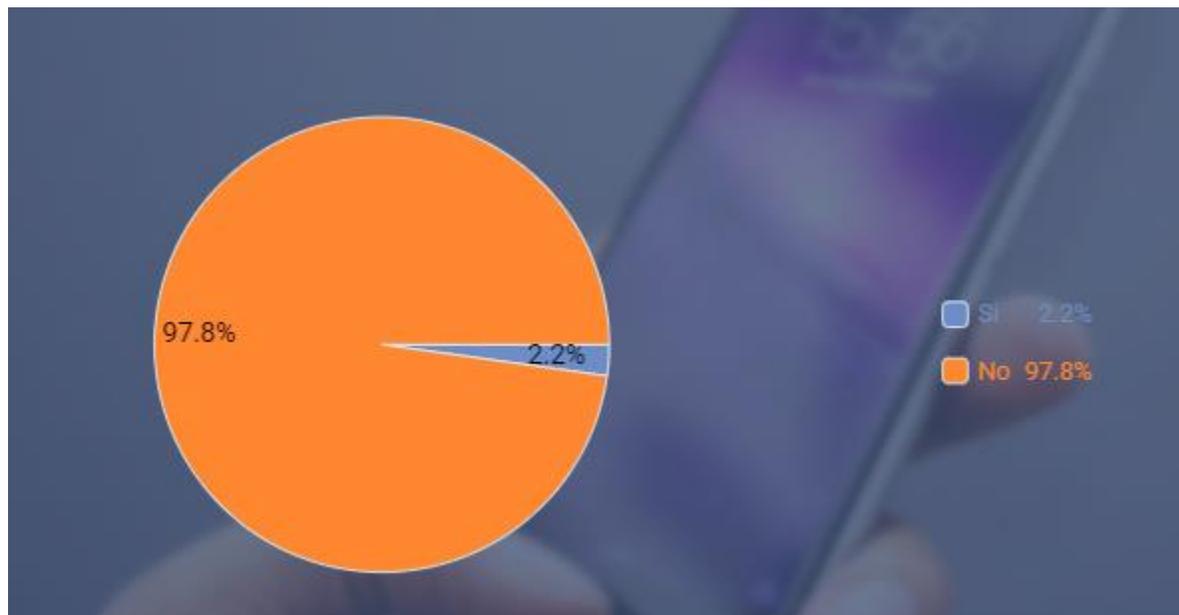
Ventas en mercados exteriores

El municipio de Inzá posee variedad de climas y una tierra fértil, aun así, la producción agrícola es solo para el sustento básico de los hogares si miras a una mejora en la productividad agrícola, las vías del municipio no se encuentran pavimentadas y continuamente presentan deslizamientos, todo esto ocasiona son debilidades que posee el municipio.

De la ciudad de Popayán se encuentra a 91km y a 30km de la plata, pero ambas vías no están 100% pavimentadas, aunque representen una vía principal de orden nacional que en los últimos años ha sido cada vez más transitada, permitiendo la conexión entre los departamentos del Huila y Cauca. Las ventas en mercados exteriores solo son el 2,2% y continúan destacando el café y las artesanías como productos de exportación a países como USA, España, Francia, México. El resto de mercado un 97,8% no hace ningún tipo de exportación.

Figura 36.

Ventas en mercados exteriores de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

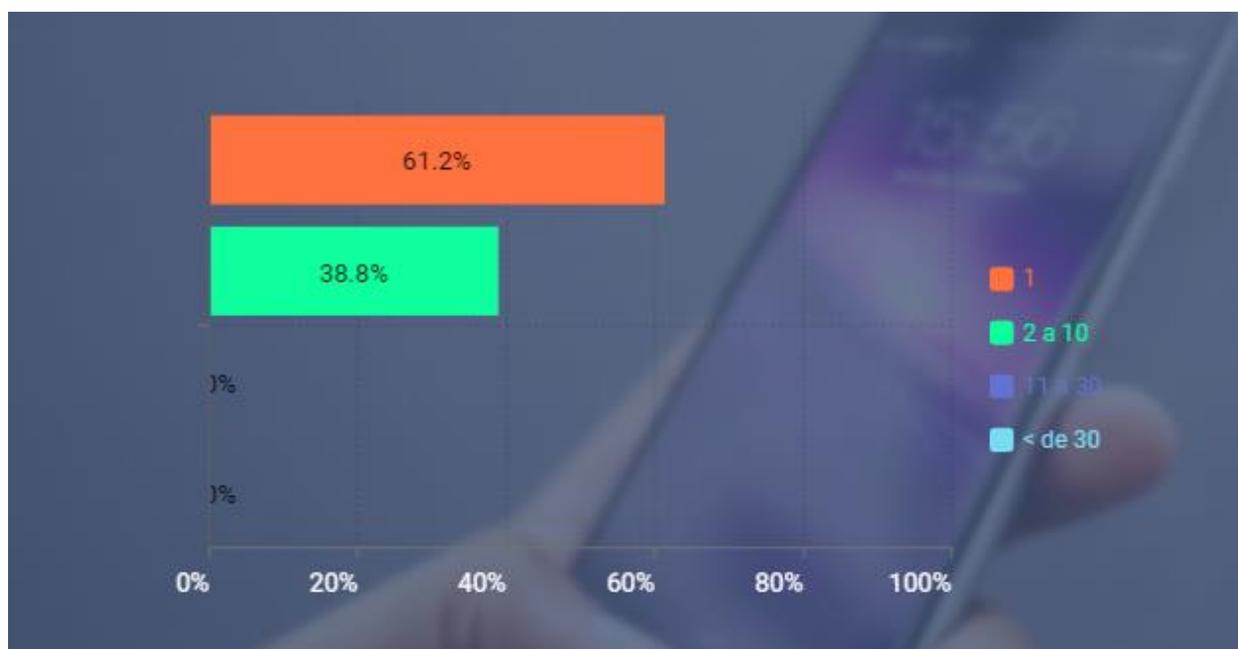
5.10 Entorno ocupacional

Cuantos trabajadores hay en el local comercial

El 61,2% de los propietarios de los negocios admiten que solo necesitan de ellos mismos para atender las actividades del local, el otro 38,8% manifiesta que el número de trabajadores que operan en su local varía entre 2 y 10 personas. Esto usualmente se contrata para viernes y fines de semana que es donde más gente llega a la veredas o casco urbano a realizar sus mercados, visitar el médico o realizar otras actividades, es ahí cuando un solo empleado se ve alcanzado y se recurre a buscar apoyo en jóvenes usualmente para que atiendan, realicen limpieza, cuiden la mercancía, carguen pedidos, despachen en vehículos insumos, entre otros.

Figura 37.

Número de trabajadores dentro del negocio.



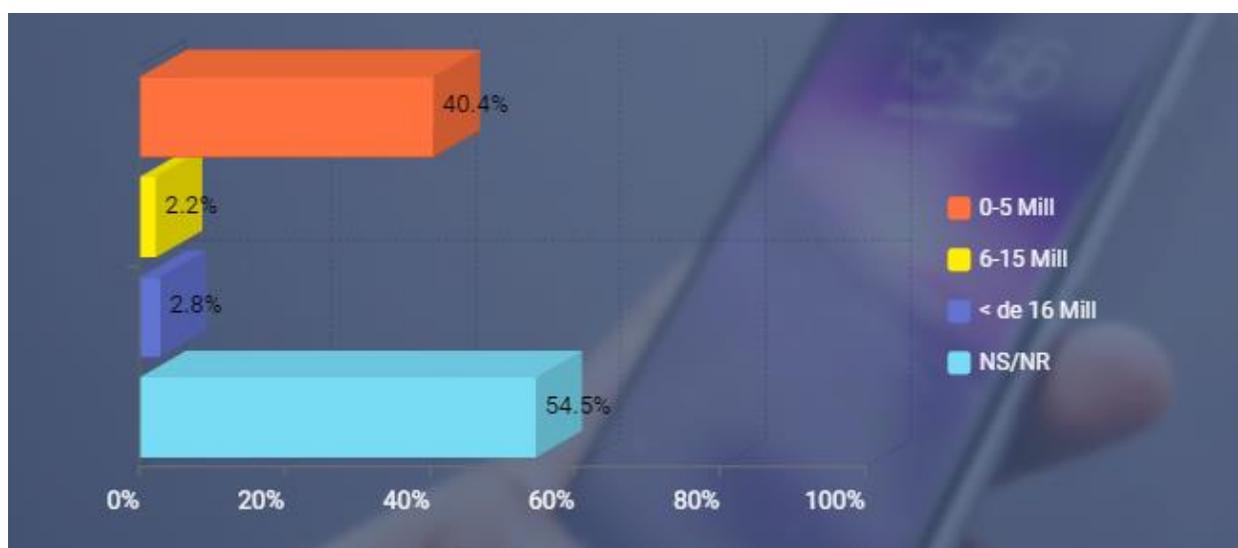
Fuente: Propia de la investigación

Ingreso por ventas en el mes

Los datos propiciados por la encuesta muestran que 40,4% de los establecimientos comerciales reciben ingresos entre 0 y \$5.000.000 de pesos, el 2,2% ingresos entre 6 y \$15.000.000 de pesos y el 2,8% más de \$16.000.000 de pesos. El porcentaje más grande lo ocupa la opción NS/NR con un 54,5% donde los encuestados por motivos de seguridad no dieron datos de este tipo, y en segunda opción porque en varias ocasiones no conocían el valor exacto de ingreso ya que no respondía la encuesta el dueño necesariamente.

Figura 38.

Ingresos por ventas en el mes.



Fuente: Propia de la investigación

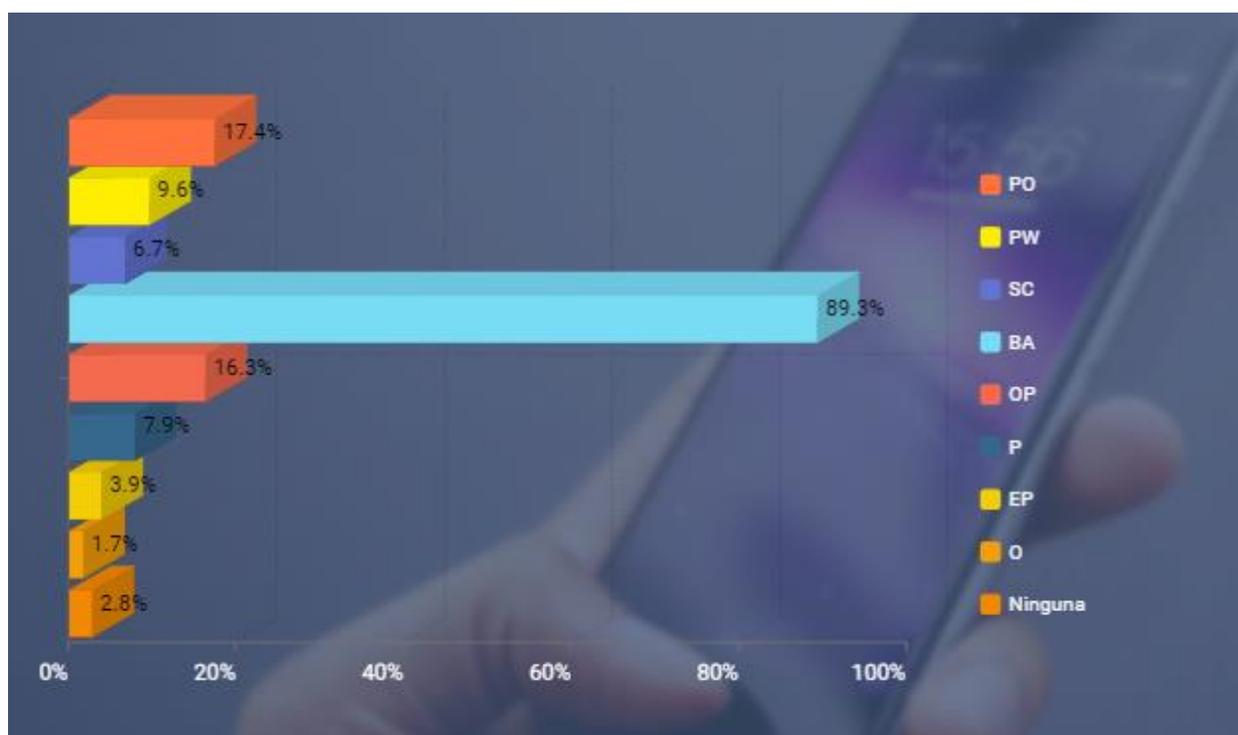
Estrategias que utilizan para atraer a sus clientes

Gran porcentaje de los comercios continúan combinando estrategias tradicionales con nuevas estrategias innovadoras; el tendero reconoce su mercado, sus clientes, sus competidores y destacan la buena atención (BA) con un 89,3% como la estrategia más usada y más efectiva para

conservar sus clientes, seguido de las promociones y ofertas (PO) 17,4%, en tercer lugar están las opciones de pago (OP) 16,3% hacen que los clientes vean esta alternativa muy atractiva pues les permite llevar en una cantidad considerable los víveres de su hogar, insumos para sus cultivos, materiales de construcción, etc. También se evidencio que los emprendimientos emergentes hacen uso de páginas web, redes sociales, anuncios en la radio (PW) como tácticas efectivas para darse a conocer y continuar posicionándose en el mercado con un 9,6%. La personalización (P) es usada en 7,9% como recurso adicional para actividades económicas más puntuales. El 6,7% hace seguimiento a sus clientes (SC) y el 3,9% les brinda exclusividad en los productos (EP). 2,8% expresa no utiliza ninguna estrategia y el 1,7% hace uso de otras.

Figura 39.

Estrategias de los comerciantes para atraer más clientes.



Fuente: Propia de la investigación

Tabla 3.*Convenciones de estrategias*

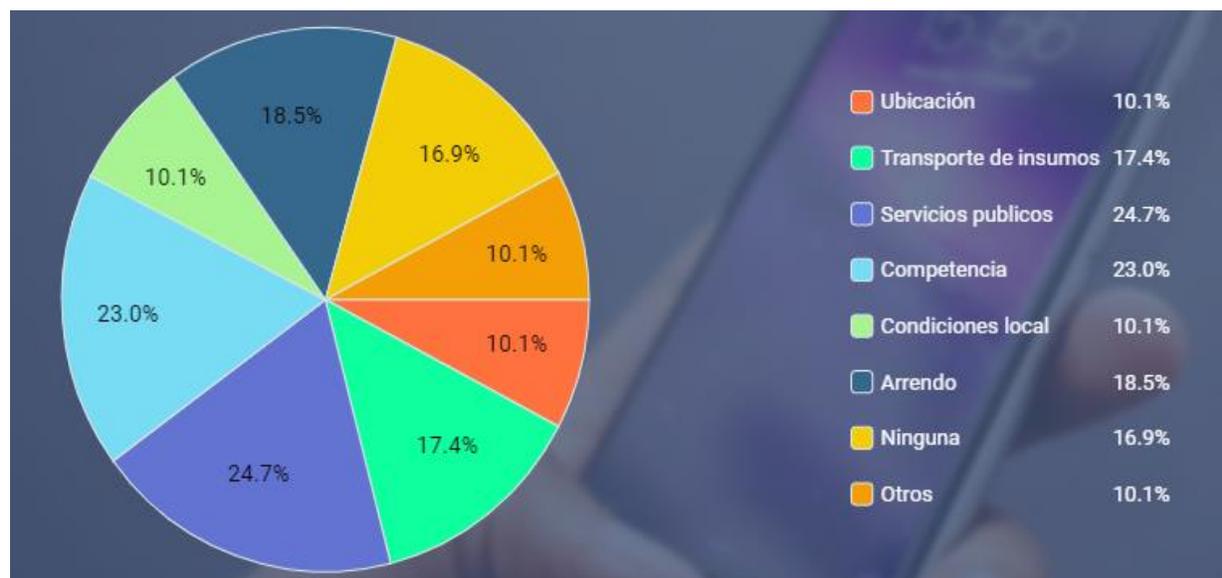
Promociones y ofertas	Paginas web/Redes Sociales	Seguimiento a clientes	Buena atención	Opciones de pago	Personalización	Exclusividad en productos	Ninguna
PO	PW	SC	BA	OP	P	EP	Ninguna

Fuente: Propia de la investigación**Factores limitan la capacidad de incrementar los ingresos**

Se pudo obtener de la investigación que los servicios públicos con 24,7%, son precisamente el principal limitante económico a la hora de incrementar sus ingresos, pues consideran que son muy costos, destacando el servicio intermitente de agua y acueducto. En segundo lugar, la competencia 23% ya que el sentir es que han emergido nuevos negocios en poco tiempo y remodelado los antiguos; el costo del arrendo con 18,5% también es un factor a destacar, ya que los pocos lugares que se pueden utilizar para local presentan unos altos costos y en muchas ocasiones la ubicación no es la mejor. Continuando con las dificultades que ven los usuarios está el transporte de los insumos con 17,4% ya que en muchas ocasiones los proveedores no llegan a hasta las veredas y los comerciantes deben desplazarse hasta la cabecera para abastecerse y costear el precio del transporte. El 16,9% considera que las oportunidades están para todos y que no encuentran ningún limitante para aumentar sus ventas. La ubicación y otros, tienen por igual un porcentaje del 10,1% de importancia a la hora de revisar los limitantes de sus ingresos.

Figura 40.

Factores que limitan las ventas de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Frecuencia en la que realizan préstamos para invertir en el negocio

Para una PYME en crecimiento, es fundamental contar con un ingreso importante y constante para mantener su negocio, en muchas ocasiones es necesario recurrir a préstamos para suplir riesgos, falencias o pérdidas y poder continuar con el desarrollo de su emprendimiento. En el municipio de Inzá el 61,8% refiere que nunca ha hecho préstamos para invertir en su negocio, pues tuvieron un monto ahorrado destinado exclusivamente para emprender, el 35,4% se ubica en la opción entre 1 y 3 veces por año y la mínima parte 2,8% manifiesta que hace más de 5 préstamos al año para invertir en su actividad comercial.

Figura 41.
Frecuencia en la realización de préstamos



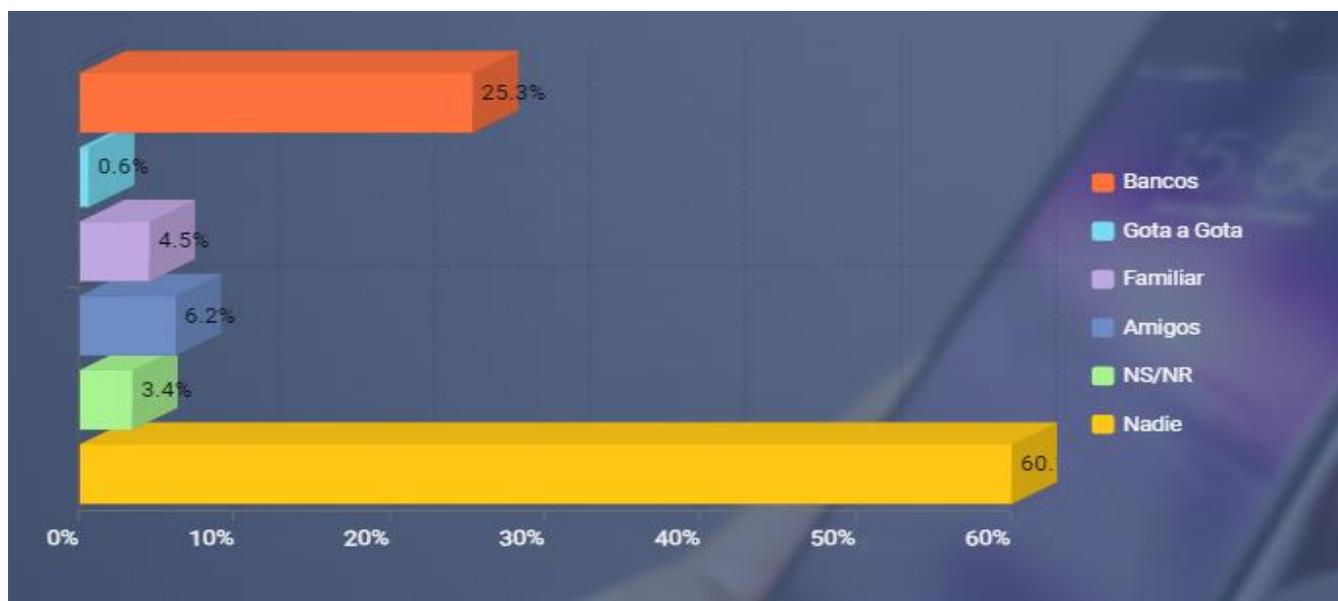
Fuente: Propia de la investigación

A quien solicitan los préstamos

La encuesta arroja que las entidades financieras siempre van a ser la alternativa más segura con 25,3%, otros por el contrario recurren a sus amigos 6,2%, el 4,5% se dirigen a sus familiares para obtener un préstamo, la opción NS/NR tiene un 3,4% y el 0,6% decide recurrir a los gota a gota. Finalmente, y en gran proporción con 60% está la opción de que no recurren a nadie, ya la mayoría de comerciantes Inzaños optan por no realizar préstamos para invertir en sus negocios.

Figura 42.

Solicitudes de préstamos de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

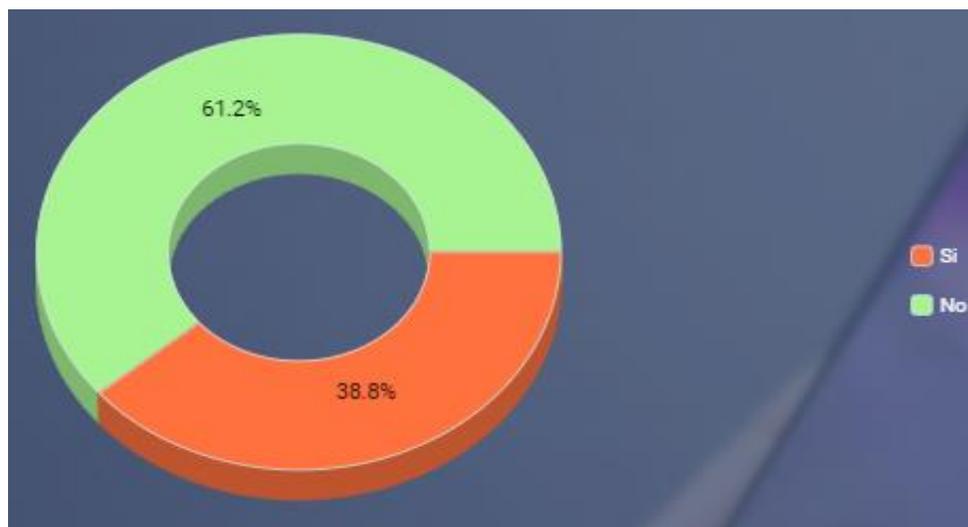
Registro en cámara de comercio

Los datos que proyecta el trabajo de campo evidencian que hay confusión con el pago de Cámara y comercio y el pago de industria y comercio, ya que en distintas ocasiones los comerciantes se cuestionaban si era lo mismo un pago que el otro. En La cámara de comercio se cancela un impuesto de manera departamental, no es el mismo el pago de industria y comercio que se hace a la cartera del municipio.

El 61,2% de los encuestados acepta que no está matriculado en la cámara de comercio y el 38,8% restante demuestra que sí lo hace.

Figura 43.

Establecimientos registrados en cámara y comercio, Municipio de Inzá, Cauca.



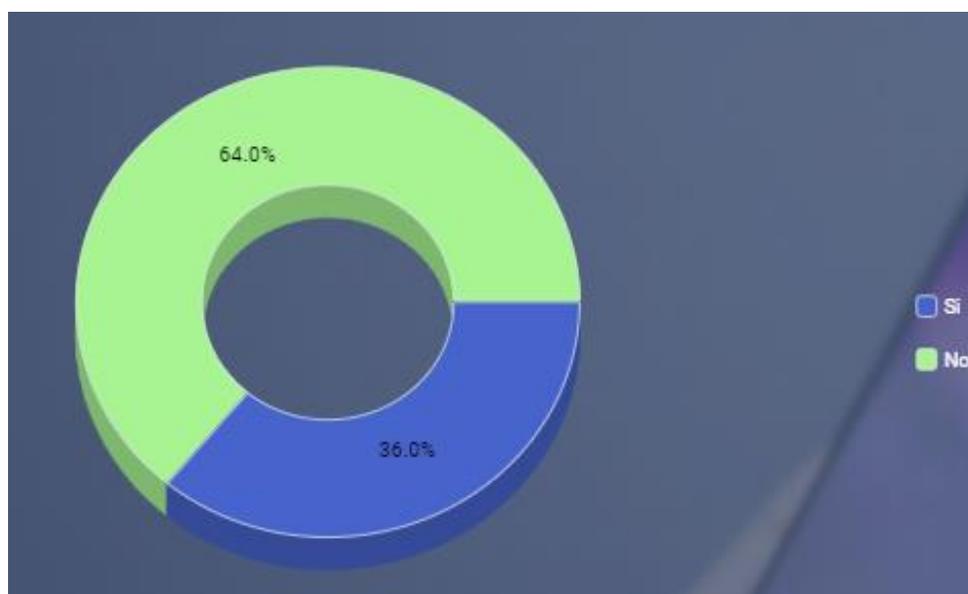
Fuente: Propia de la investigación

Renuevan la certificación

De los 38,8% que están matriculados en la Cámara de Comercio a nivel departamento solo el 36% hace su renovación anual y el 64% no lo hace ya que inicialmente no están inscritos.

Figura 44.

Renovación de la certificación en Cámara y Comercio de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



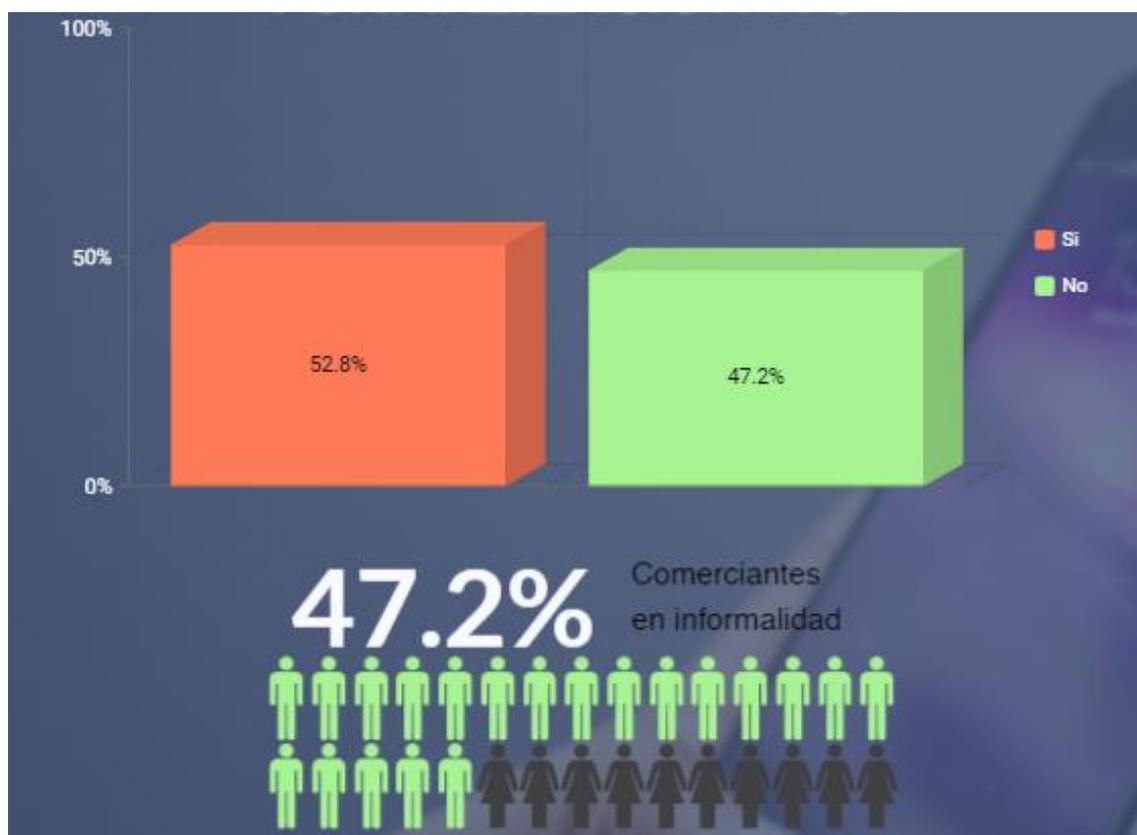
Fuente: Propia de la investigación

Formalizados en Industria y Comercio.

Los datos que provee la encuesta evidencian que el 52,8% de comerciantes encuestados están matriculados en industria y comercio frente al 47,2% que aún no lo han hecho. De los comerciantes matriculados no todos hacen la declaración anual esto se refleja en que el nivel de recaudo por parte de la Oficina financiera. Los comerciantes que aún no se matriculan tienen diferentes motivos entre ellos el desconocimiento del deber, los bajos ingresos que reciben por su actividad económica, la mala relación que tienen con el Estado y lo público y la falta de cultura tributaria.

Figura 45.

Formalización en industria y comercio de los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



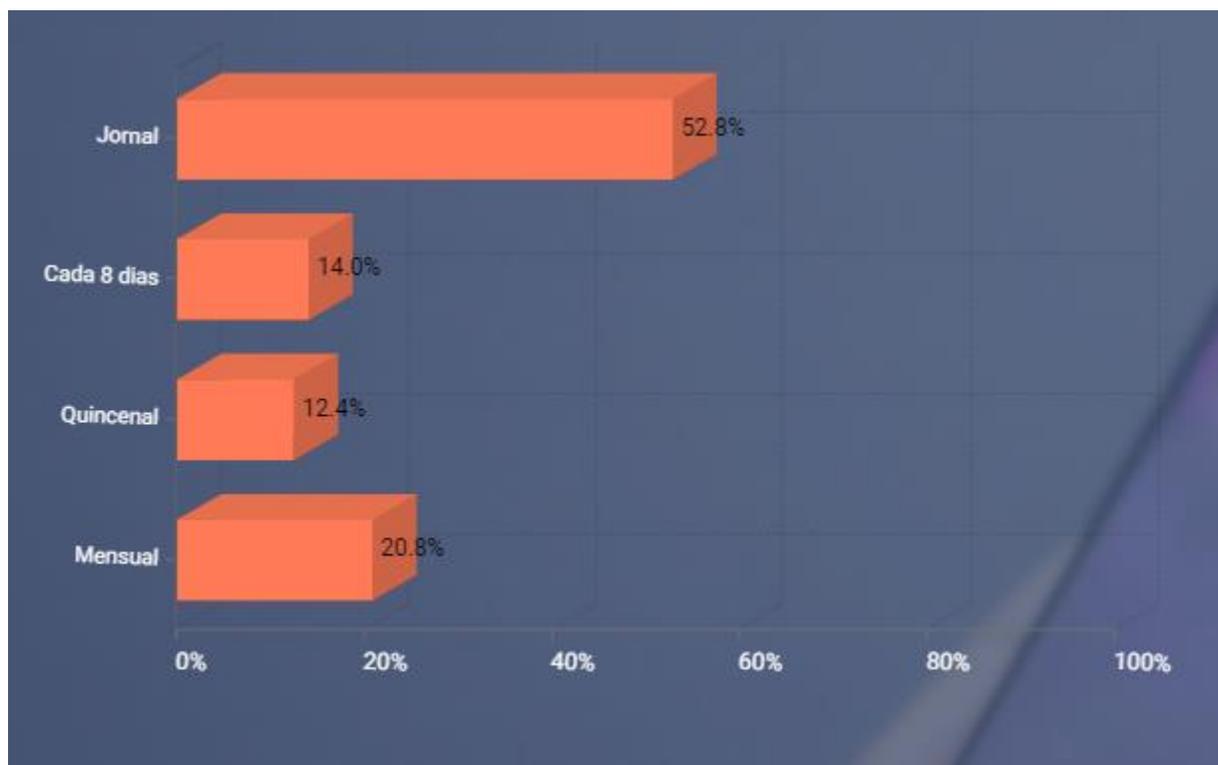
Fuente: Propia de la investigación

Forma de pago a sus empleados

Ya que en muchas ocasiones en el sector comercial de Inzá se hace contratación de trabajadores por días, se paga su salario al jornal por día trabajado, esta es la forma de pago más usada, con más de la mitad de proporción en la gráfica 52,8%, seguido esta el pago mensual 20,8%, el semanal 14% y la forma de pago quincenal es la menos usada con un 14%.

Figura 46.

Forma de pago a sus empleados del negocio.



Fuente: Propia de la investigación

Tipo de vinculación

La vinculación laboral de trabajadores mediante un contrato otorga unos deberes y derechos tanto a colaborador como a patrón; salario, prestaciones sociales, afiliaciones son unos de ellos. Aunque es una obligación para las empresas y empleadores no es muy común que una tienda o almacén de un pueblo se mantenga estas relaciones de manera formalizada. En las zonas de estudio donde se aplicó la encuesta se puede observar que más del 88% contratan a sus

colaboradores sin ningún tipo de vinculación laboral. El 6,2% tienen un contrato a término indefinido, el 4,5% por prestación de servicios y el 0,6% restando una vinculación a término fijo.

Figura 47.

Tipo de vinculación laboral que implementan los comerciantes del municipio de Inzá, Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

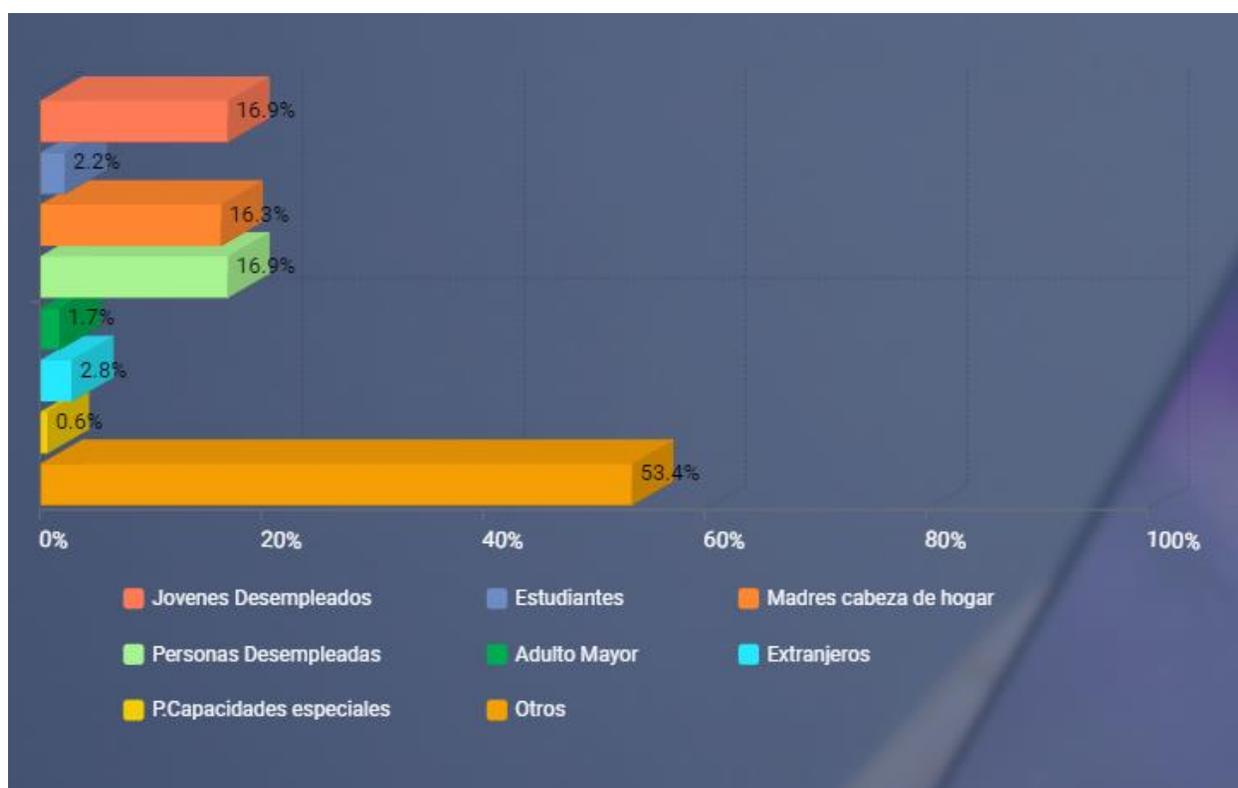
A quien contrata

Las tiendas, almacenes, restaurantes entre otros se convierten en las nuevas plazas de trabajo informal, en muchas ocasiones el trabajo es pesado para una sola persona y para que las técnicas de venta sean más eficientes es necesario contratar un nuevo apoyo. La opción otros, en la encuesta de caracterización del sector comercial Inzaeño es la más marcada con 53,4% pues según los comerciantes en la mayoría de casos contratan o buscan ayuda dentro de las mismas personas que viven en sus hogares, ya sea esposa, esposo, hijos, padres muchas veces la misma familia. Después encontramos la opción de personas desempleadas y jóvenes con 16,9% y cerca de esta proporción están las madres cabeza de hogar con 16,3%, un 2,8% para extranjeros, la

población venezolana; finalmente tenemos a estudiantes con 2,2%, adulto mayor con 1,7% y 0,6% a personas con capacidades especiales.

Figura 48.

Personal a quien va dirigida la oferta laboral



Fuente: Propia de la investigación

5.11 Pandemia

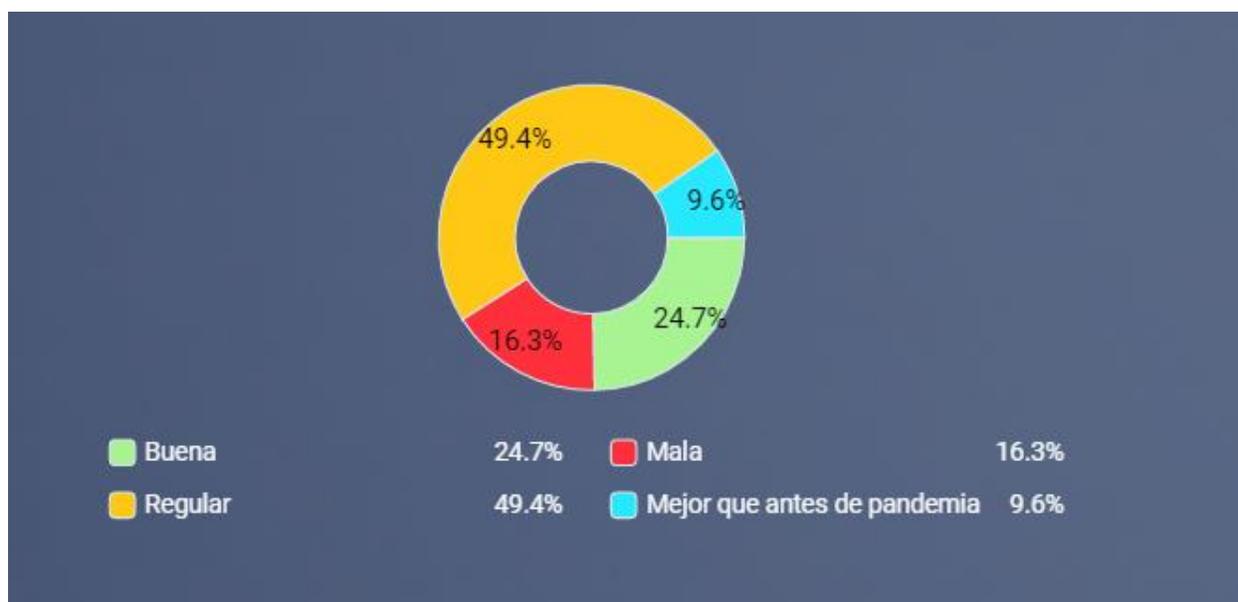
Percepción de la situación de la pandemia en sus locales comerciales

La percepción de los comerciantes instalados en Inzá de los efectos que dejó la pandemia COVID-19 es principalmente regular con 49,4%, otras personas consideraron que la experiencia en los últimos 6 meses es buena 24,7% logrando ver oportunidad en una amenaza; para el 16,3%

la experiencia fue y es mala y pues un grupo pequeño de 9,6% el resultado obtenido es mejor que antes de pandemia.

Figura 49.

Experiencia comercial a raíz de la Pandemia Covid - 19.



Fuente: Propia de la investigación

5.12 Diagnostico

En este orden de ideas, como resultado del anterior proceso de investigación se pudo identificar a manera de diagnóstico varios factores y variables que evidencian no solo las debilidades del sistema de recaudo en el municipio de Inzá, sino de igual manera también algunas oportunidades de mejora en políticas públicas de la población caracterizada con creación de proyectos para el sector comercio.

Parte del diagnóstico permitió identificar perfiles de comerciantes, se detectaron 4 tipos: Tipo 1: el comerciante nuevo que está esperando a que su negocio cumpla un año de actividad para formalizarlo. Tipo 2: el comerciante que desconoce que debe matricularse en industria y comercio. Tipo 3: el comerciante que conoce que debe matricularse, que ha intentado acercarse, pero no ha sacado el tiempo o se le presentan dificultades con los trámites. Tipo 4: el comerciante que conoce que debe matricularse, pero se niega a hacerlo porque la situación económica de su local comercial no le da suficientes recursos para formalizarse y pagar un impuesto.

Las principales razones por las que se emprenden son la libertad, la experiencia de ser el propio jefe, manejar el tiempo y el dinero y en ocasiones tener un ingreso extra. Es importante destacar el “canal tradicional”, la relación proveedor-tendero y la importancia que tiene el comerciante en el esquema de distribución de productos de manera minorista en todo el país y el impacto en la estructura del comercio y distribución de productos de consumo masivo.

La actividad comercial desarrollada se realiza con diversas particularidades, los comerciantes cumplen con un papel significativo en cuanto a lo económico y social, creando fuertes vínculos entre ofertantes y sus clientes. Independiente de si su actividad es catalogada formal o informal el comerciante sigue tejiendo relaciones con los actores del esquema de distribución en Colombia. En Inzá los vendedores ejercen su actividad comercial principalmente por suplir sus propias necesidades económicas procurando la subsistencia de él y su familia.

La investigación pretende ubicarse, dentro de estudios cualitativos y cuantitativos, que tiene por objetivo, analizar y comprender una situación específica en este caso los elementos que dictaminan la decisión de hacer una contribución al impuesto ICA. Esto nos lleva a construir una premisa, basándonos en las experiencias y perspectivas de los participantes que hicieron parte del

estudio, donde el contacto directo y la observación permiten realizar un análisis en su contexto natural.

Una de los primeros hallazgos fue la relación entre las cualidades y características del establecimiento con las en características personales del individuo esto referente a su identidad, imagen y comportamientos que se plasman en la experiencia de entrar en un local comercial. Las personas que abren un negocio no solo amplían la oferta de bienes y servicios, sino que tienen la posibilidad de generar empleo, en la mayoría de ocasiones son los mismos miembros de la familia que se involucran en el negocio, esto hace que no tengan una vinculación laboral formal, un horario permanente o un pago apropiado. Más del 90% de los casos es el propietario del negocio quien está al frente, lo que resulta para los clientes una atención personalizada con mayor proximidad afectiva y emocional para la comunidad, creando ese lazo entre el dueño y los consumidores.

Las características de las tiendas es la zona rural en gran medida son extensiones de la casa del propietario, que acondicionan para ejercer la actividad comercial, con un surtido y tamaño de productos apropiado, en cantidades pequeñas (solo en la cabecera municipal algunas tiendas tienen una especie de bodega para acumular y guardar cantidades de productos extra, ya que el día sábado, día de mercado en Inzá, estos comerciantes toman el papel de proveedores) algunos ofrecen crédito a corto tiempo sin garantía solo confiando en la palabra de la otra parte.

La distancia entre las veredas y la cabecera puede variar entre 10 minutos a 2h: 30 minutos una distancia no muy grande lo que permite a los comerciantes de dichas veredas abastecerse de manera continua, ya que los proveedores minoristas no suelen pasar semanalmente. Este es otro de los descontentos de tenderos, que los proveedores minoristas no llegan hasta las veredas, sino que solo pasan por la cabecera lo que es un costo adicional que

deben cubrir los tenderos pues deben desplazarse hasta el centro urbano y sumado a ello pagar por el transporte de la carga.

Son varios aspectos que hacen que el recaudo en el municipio no solo de ICA sino otros impuestos generen dificultad. En cuestión de comerciantes matriculados, según datos otorgados por la Administración Municipal de Inzá como resultado del último censo de industria y comercio del año 2020, a la fecha en el municipio se encuentran registrados 688 comerciantes formales, de los cuales tan solo 303 el 44% hacen la debida contribución y los 385 restantes hacen parte de la lista de morosos. (Secretaría de Finanzas Inzá, 2022).

El listado de factores que retraen a los comerciantes a hacer su debida contribución inicia con el desconocimiento de la ley, que como hecho generador recae sobre operaciones y actividades industriales y comerciales, en varios casos los dueños de los negocios creían que como tenían pocas unidades de productos para comercializar no tenían por qué pagar, al igual que la justificación de que la apertura de los establecimientos no era diaria, sino cada 8 días, o solo algunos días entre semana; en el pensamiento común se tenía la idea de que al tener intermitencia en el ejercicio de la actividad económica eso ya era razón para no inscribirse en industria y Comercio o saldar cuentas; un porcentaje de la población indígena no se inscribía ni abonaba dinero porque confundía el impuesto de industria y comercio con el impuesto del predial, lo que indica que al pertenecer a un resguardo indígena los ampara el Estado que de acuerdo con el artículo 22 E.T., los Territorios Indígenas, los Resguardos y los Cabildos Indígenas, no son contribuyentes del Impuesto sobre la renta y complementarios. (Art. 22 E.T.). Sin embargo, del pago del impuesto se encarga la Nación con cargo al Presupuesto Nacional con la compensación de los valores que deberían recaudarse regularmente por dicho concepto en la entidad territorial; amparado en la ley 44 de 1990 estableció en el artículo 24, modificado por el

artículo 184 de la Ley 223 de 1995 e la preservación de las comunidades indígenas y la función social y ecológica de sus resguardos.

Otro motivo es que no existe una cultura tributaria, y como no hay presencia fuerte de la ley con medidas extremas sobre los evasores, el pensamiento habitual es el: ¿entonces porque hacerlo? La investigación también arroja que el descontento que sienten los comerciantes al saber que sus competidores no declaran, esto origina que aún ya matriculado el comerciante y realizados algunos aportes no continúen pagando porque les parece injusto que la ley no aplique para todos.

Dentro del estudio de la percepción poblacional también se encontró que la percepción sobre la administración no es del todo positiva, ya que en repetidas ocasiones los encuestados decidieron no dar la encuesta si no era necesario ya que era para la Alcaldía; de estas reacciones negativas se pudo obtener recomendaciones para mejorar el recaudo y la destinación de los mismos recursos captados. Continuando con el diagnóstico del 52,8% que se encuentran matriculados en a la oficina de industria y comercio solo el 44% hacen la contribución anual. Muchas de estas personas son conscientes de que tienen el deber por ley de hacer el aporte correspondiente y que se verá reflejado en el gasto público del país, garantizando los derechos de educación, seguridad, salud, deportes entre otros en su municipio, pero hay un porcentaje que paga solo porque es obligatorio mas no porque crea que se le está dando una buena administración a los impuestos.

Es menester para la oficina de finanzas crear estrategias o programas que incentiven a los ciudadanos a cumplir con sus aportes, y disminuya la apatía por todo lo referente al Estado y la administración de los recursos de todos. El desconocimiento sobre la destinación de los recursos crea desconfianza, pues para los comerciantes no se evidencia en ninguna parte sus aportes; por

el contrario, el descontento es porque las vías de transporte continúan en mal estado, desconchen incentivos por pagar a tiempo, sienten que no están a la vanguardia de las nuevas tecnologías, formas de pago. Y formación como prestadores de servicios turísticos, sobre todo en San Andrés y El puente, donde los encuestados expresaban que su falta de conocimiento sobre llenar una factura, recibir formas de pago diferente al efectivo, no manejar en lo mínimo un segundo idioma, hacia que perdieran clientes o simplemente no poder brindar un servicio de calidad. Es crucial para la administración crear un canal de comunicación directa que permita exponer cuanto se recoge, a quien se aplica el impuesto, porque motivo se hace, cual es el tiempo límite, cuáles son las sanciones al no cumplir con el deber, y lo más importante cual es el destino detallado de esos ingresos; fundamentado en la ley 1712 del 2014 por la cual se crea la ley de transparencia y el derecho de acceso a la información pública, así como la ley 134 de 1994.

La oficina financiera tiene canales de comunicación oficiales como su página web, red social Facebook, la radio, correo electrónico, números de teléfono por medio de los cuales publica informalización sobre fecha límite de recaudo, certificados de paz y salvo, tarifas y más información; sin embargo, es claro que estos medios no han tenido éxito y que la estrategia de comunicación debe optimizar y perfeccionar. La creación de nuevos canales de recaudo, descentralizar la oficina financiera y desplazarse a las comunidad y nuevos métodos de pago pueden ser una herramienta útil a la hora de brindar comodidad al usuario.

Una razón justificable de porque no se matriculaban o realizaban los pagos es porque el paso de la pandemia llevo a que muchos de los mercaderes quebraran con sus negocios, sobre todo en la zona rural debido a que el toque de queda no les permitía abrir por mucho tiempo, lo que dificultaba vender sus productos, productos que subieron de precio, que se agotaron, y que lograr adquirirlos se convirtió en una odisea. Es importante que se reconsideren las tarifas de

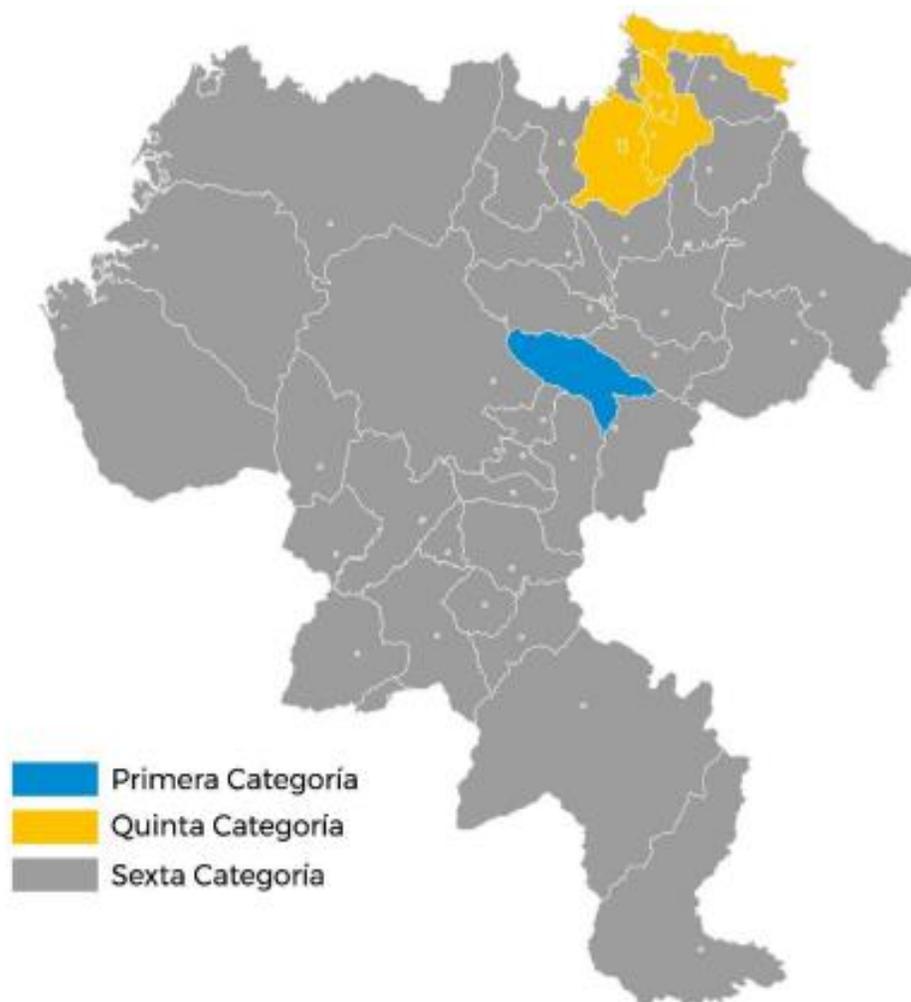
cobro para los nuevos emprendimientos y que, para los antiguos, los años de pandemia y tres años posteriores años se maneje una tarifa considerable pues el percance de la Pandemia generó una escasez de recursos de la que difícilmente se pueda recuperar en poco tiempo.

La oficina financiera ofrece descuentos durante el año gravado por pagar a tiempo, facilidades de pago, dividiendo las cuotas y pagándolas por meses, aunque son maniobras atractivas la gente propone y plantea nuevos mecanismos como estímulos, bonos, acceso a formación académica y de servicio al cliente para mejorar su desempeño en la actividad comercial, rifas, premios por pagar de manera rápida, asesorías completas para los nuevos emprendimientos, acceso a créditos rápidos y de inversión comercial, asesorías legales en caso de inconvenientes con proveedores, clientes y competencia.

De acuerdo con la Unidad Administrativa Especial Contaduría General de la Nación Resolución N° 190. Por medio de la cual se expide la certificación de categorización de las entidades territoriales: departamentos, distritos y municipios, conforme a lo dispuesto en las Leyes 136 de 1994, 617 de 2000 y el Decreto 2106 de 2019. Para la vigencia 2019 los municipios del Cauca de acuerdo a la población y los ICLD se clasifican así: Popayán en categoría primera; Caloto, Guachené, Miranda, Santander de Quilichao y Puerto Tejada en Quinta; y los restantes 36 Municipios en Sexta categoría.

Figura 50.

Mapa categorización municipal del departamento del Cauca vigencia 2019



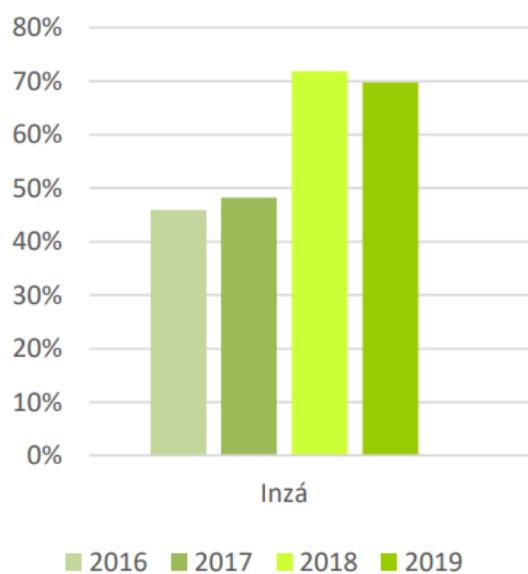
Fuente: Informe gobernación del Cauca de viabilidad fiscal. (2019)

De acuerdo al informe de viabilidad fiscal (2019), 11 municipios dentro de ellos se encuentran Inzá no enviaron certificación sobre los ingresos corrientes de libre destinación, por este motivo con base en el FUT (Formulario Único Territorial) se realizaron los cálculos y se incluyeron los conceptos para libre destinación de igual manera para gastos de funcionamiento, concejo y personería de acuerdo a las orientaciones del Departamento Nacional de Planeación.

Tabla 4.*Evaluación indicadora GF/ICLD*

MUNICIPIO DEL ORIENTE CAUCANO				
MUNICIPIO	2016	2017	2018	2019
Inzá	46%	48%	72%	70%

Fuente: Tomado de la Gobernación del Cauca con base en el reporte FUT y certificación de municipios.

Figura 51.*Evolución de indicador GF/ICLD*

Fuente: Tomado de la Gobernación del Cauca con base en el reporte FUT y certificación de municipios.

Con la anterior grafica podemos observar que el municipio de Inzá presenta un indicador alto comparado con los municipios de la región oriente del Cauca con un porcentaje del 71,58% lo que incremente el indicador entre los años 2018-2019 contrastado con las vigencias 2016-2017 donde el indicador está en el 49%.

Según la contaduría general de la Nación para el año 2022 el municipio de Inzá se encuentra en categoría 6, puede realizar gastos de 71% de sus ICLD en funcionamiento.

Tabla 5.

Categorización del municipio de Inzá - Cauca, 2022

Código CGN	Departamento	Municipio	Población DANE
215519355	DEPARTAMENTO DE CAUCA	INZÁ	29.441
ICLD Contraloría (Miles de Pesos)	Gastos Funcionamiento Contraloría (Miles de Pesos)	% Gastos Funcionamiento / ICLD	Categoría
2.464.267	1.763.922	71,58%	6

Fuente: Tomado de entidades caracterizadas por el ministerio del interior

Inzá presenta un indicadores de rangos entre $>70\%$ y $\leq 80\%$, muy cerca al límite establecido por la Ley, lo que puede generarle un déficit por la insuficiencia de recursos propios, significando que es altamente dependientes de las transferencias de la Nación y precisa adoptar medidas para incrementar sus recursos propios o disminuir sus gastos de funcionamiento para garantizar su sostenibilidad financiera de largo plazo.

Tabla 6.*Límite de gastos administración central*

Categoría	Límite de gastos
Especial	50%
Primera	65%
Segunda y Tercera	70%
Cuarta, Quinta y Sexta	80%

Fuente: Tomado de Informe de viabilidad fiscal (2019) Ley 617 de 2000

Así mismo las anteriores administraciones han tenido falencias a la hora de realizar recaudos, por ineficiencia, pasividad en la gestión del recaudo dándole continuismo a la falta de cultura tributaria que para estos momentos se refleja en la apatía de los contribuyentes al tema; aunque la administración actual pretende apostar nuevamente a la recuperación de cartera, con estudios en otros sectores, haciendo mayor seguimiento, se espera que los resultados de este trabajo de investigación sobre la caracterización del sector comercial en las zonas de mayor actividad económica del municipio contribuyan como base para iniciar cambios en sus políticas de recaudo.

5.13 Entregables

1. Base de datos actualizada de los comercios activos en las 5 zonas más dinámicas en materia económica del municipio de Inzá; compuesta por 16 ítems (características socioeconómicas, identificación de la empresa y entorno ocupacional) y una cantidad de 178 personas que se dedican a las diferentes actividades comerciales dentro del municipio de Inzá; la base de datos está dividida entre la cabecera municipal por barrios, seguida la comunidad de Pedregal, posteriormente Turminá y por último San Andrés de Pisimbalá y el Parque.

Tabla 7.

Base de datos comerciantes Inzá 2022

BASE DE DATOS COMERCIANTES INZÁ																					
Nombre del comerciante	CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS					IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA					ENTORNO OCUPACIONAL										
	Género F M	Estrato Socio-económico	Grupo étnico	De donde proviene	Ocupación	Organización Jurídica	Tipo de Actividad	Sector económico	Dirección comercial	Número de establecimientos	Tamaño	Avisos y valores	Permanencia Empresarial			Trabajadores a cargo		Registro de Climas	Inscripción en Industria		
													0-5 años	6-15 años	16-30 años	1 de 20 años	1 a 10	11 a 30	Mayor		
Dorival Cifuentes	x		1	Urbano	Inza	Arma de casa	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No	x						No	No
Marco Liz		x	1	Indígena	Santa Floza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de repuestos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		No	No
Adriana Murcia	x		1	Campesino	Neva	Zapatera	Persona Natural	Servicio	Zapateria	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si		x			x		No	Si
Abeledo Polanco		x	3	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No	x				x		No	Si
Luis Sotzabal		x	2	Urbano	Inza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No			x				Si	Si
Jesus Cháico		x	2	Urbano	Inza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de repuestos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Jose Osorio		x	1	Urbano	Cajibío	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda/Faradería	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Betzabet Salazar		x	2	Campesino	Turmita	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Restaurante	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si					x		Si	Si
Marta Lopez		x	1	Urbano	Inza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Ferreteria	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si			x		x		Si	Si
Carlos Alberto Añas		x	2	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de repuestos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Ruben Cruz		x	1	Campesino	Alto de la Cruz	Comerciante	Persona Natural	Comercial-Servicio	Taller de motos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Cecilia Muñoz		x	2	Urbano	Santa Teresa	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Segundo Paganizaba		x	2	Otro	Ecuador	Comerciante	Persona Natural	Servicio	taller de motos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No			x				Si	No
Jesus Salazar		x	2	Otro	Armeria	Barbero	Persona Natural	Servicio	Pluqueria	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	No
Beatriz Linarez		x	1	Otro	Venezuela	Modista	Persona Natural	Servicio	taller de ropa	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No	x						No	No
Flor Tumbo		x	1	Indígena	Paez	Arma de casa	Persona Natural	Comercial	Otro	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	NR
Emilia Casco		x	2	Indígena	Inza	Arma de casa	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Rubela Figueroa		x	2	Urbano	Inzá	Aux enfermería	Persona Natural	Comercial-Servicio	Droguería	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Dely Muñoz		x	1	Campesino	Inza	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Caletería	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Rigual Romero		x	1	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	No	x						No	Si
Aura Guipo (Tendera)		x	1	Indígena	Resguardo la Gaitar	Tendera	Persona Natural	Comercial	Venta de Flopa	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Jenifer Rojas		x	1	Indígena	Alto de la Cruz	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de Flopa	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		No	No
Ita Peña		x	2	Otro	La Plata	Comerciante	Persona Natural	Servicio	restaurante	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si					x		Si	Si
Nichora Rojas		x	1	Urbano	Alto de la Cruz	Arma de casa	Persona Natural	Comercial	Venta de Flopa	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Elena Parra		x	1	Campesino	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Pluqueria	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Sigifredo Angel(Tendero)		x	1	Urbano	Inzá	Independiente	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Carol Cortes(Empleado)		x	1	Urbano	Nariño	Empleado	Persona Juridica	Servicio	Empresa de Salud	Inzá(Mogás)	1	equipa empres	Si	x				x		Si	NR
Gabriela Guevara		x	1	Campesino	El Escobal	Comerciante	Persona Natural	Comercial	venta de ropa	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Fabio Hurtado Chazqui		x	1	Campesino	San Andres	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Camiseria	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		No	No
victor Chazqui		x	2	Urbano	Inzá	mercante-Veterin	Persona Natural	Comercial-Servicio	Veterinaria	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	Si
Angélica Adriana Casso		x	1	Indígena	Inzá	Independiente	Persona Natural	Servicio	Caletería	Inzá(Mogás)	1	Microempresa	No	x						No	No
Camilo Bedoya		x	1	Campesino	San Francisco	Independiente	Persona Natural	Servicio	Gimnasio	Inzá(Bolivar)	1	Microempresa	No	x						No	No
Rene Mangona		x	1	Indígena	Cali	Barbero	Persona Natural	Servicio	Pluqueria	Inzá(Bolivar)	1	Microempresa	Si	x				x		No	No
Yaneth Polanco		x	1	Indígena	San Francisco	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Cacharteria	Inzá(Bolivar)	1	Microempresa	Si	x				x		Si	No
Flor Sandoz		x	1	Indígena	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de Flopa	Inzá(Bolivar)	1	Microempresa	Si	x				x		No	Si
Marta Lopez		x	1	Urbano	Palmayo	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de Flopa	Inzá(Bolivar)	1	Microempresa	Si	x				x		No	No
William Cardenas		x	1	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Bolivar)	1	Microempresa	No	x						Si	No

Fuente: Propia de la investigación

2. Acciones estratégicas para focalizar esfuerzos y gestionar de manera eficaz los ingresos tributarios con el propósito de aumentar el impacto de inversión social y calidad de vida por parte de la Administración municipal.

Tabla 8.

Acciones estratégicas

Diagnóstico	Descripción	Estrategia	Recursos	Ubicación
Desconocimiento de la ley y	Desconocimiento generalizado sobre	Campañas informativas	Medios digitales, páginas web	Las 5 zonas que

<p>respectivas sanciones</p>	<p>los conceptos que gravan la actividad de industria y comercio: hecho imponible (acto económico que se grava con el impuesto ICA), hecho generador (acto que da origen a la actividad económica, en otras palabras, la acción que genera que se aplique un impuesto), sujeto pasivo (son aquellas personas naturales, jurídicas y sociedades de hecho que realizan actividades industriales,</p>	<p>haciendo uso de medios digitales donde se comunique a los usuarios los deberes, derechos y sanciones que tienen como ciudadanos que ejecutan actividades comerciales dentro de la jurisdicción del municipio.</p>	<p>oficiales, radios comunitarias, propaganda por medio de altavoces, publicidad en flyers que se envíen a las juntas de acción en cada comunidad</p>	<p>hicieron parte de la caracterización principalmente, pero recomienda blemente en todo el municipio</p>
------------------------------	--	--	---	---

	<p>comerciales o de servicios dentro de un área o jurisdicción municipal determinada), sujeto activo(es el municipio, quien tiene la facultad de exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, sustanciales y formales, de aquellos sujetos pasivos que realicen actividades gravadas dentro de su jurisdicción), base gravable (Unidad monetaria sobre la cual se aplica una tarifa para</p>			
--	---	--	--	--

	determinar el valor del impuesto. En el caso del Impuesto de Industria y Comercio			
Inconformidad	Un motivo del descontento por parte del sector comercial a la hora de tributar es el experimentar que no todos los comerciantes alrededor hacen contribuciones ni todos están matriculados, generando confusión y mal interpretación sobre la ley	-Propiciar prácticas comerciales justas para la sana competencia. -Realizar seguimiento detallado de manera semestral en las zonas urbanas, tomando lista y actualizando matrículas mercantiles, del mismo modo	Recurso humano, para gestionar de manera adecuada, personal y sobre todo directa el recaudo, base de datos actualizada para llevar control, medios de transporte para dirigirse a las comunidades	Aplicarlo inicialmente en la cabecera y pedregal como prueba piloto y después replicarlo en Turminá, San Andrés y El Parque.

		<p>informar las multas e intereses por mora, el límite de deuda, la pérdida de beneficios y sanciones legales que trae consigo la informalidad y la evasión de impuestos.</p>		
<p>La falta de cultura tributaria</p>	<p>El actuar de las administraciones pasadas propició la ausencia de cultura tributaria, es necesario recaudar con aceptación voluntaria los impuestos. Las decisiones</p>	<p>Se debe generar más conciencia en el municipio y en el país acerca de la importancia de pagar impuestos, no solo el de Industria y Comercio. Asumir el</p>	<p>Propaganda en lugares estratégicos como los lugares donde pagan los servicios públicos y la oficina de recaudo.</p>	<p>Cabecera municipal</p>

	<p>impositivas y el gasto repercuten en la forma en la que los individuos perciben el accionar del Estado.</p>	<p>compromiso de educar fiscalmente a la ciudadanía, haciéndola consciente del buen uso de los ingresos públicos.</p> <p>-La creación de nuevos canales de recaudo, descentralización de la oficina financiera y opciones en métodos de pago.</p>		
<p>Percepción negativa de la Administración Municipal.</p>	<p>La favorabilidad sobre el Estado y los entes territoriales cada vez disminuye más. Los participantes de la</p>	<p>-Concientizar a la población comerciante del municipio sobre la importancia del seguimiento,</p>	<p>-Encuestas de satisfacción para evaluar el desempeño de las actividades y profesionales en</p>	<p>Centros poblados del municipio</p>

	<p>investigación evitan compartir información personal para fines políticos y relacionados a la alcaldía. La información que se logra brindar sobre la importancia de la formalización se recibe con apatía.</p>	<p>regulación y control de las actividades económicas que se desarrollan en el territorio y el deber del ciudadano en brindar información veraz para construir políticas públicas fundamentadas en datos reales y necesidades concretas que enfrentan hoy las organizaciones. Así mismo permitir a los comerciantes evaluar las actividades que se</p>	<p>temas de inversión en el sector comercial -Uso de software para la información obtenida de los censos que permitan seguimiento en tiempo real del recaudo y comparación con años atrás.</p>	
--	--	--	--	--

		<p>ejecuten para su sector desde la administración.</p> <p>-Creación de programas de formación para el comerciante enfocados en educación, asesorías contables y acompañamiento legal en pro de la mejora en la calidad del servicio.</p>		
<p>El desconocimiento sobre la destinación de los recursos</p>	<p>Inexistencia de un canal informativo para los contribuyentes y contribuyentes potenciales sobre el</p>	<p>Propiciar espacios abiertos y canales directos de comunicación que permitan al comerciante hacer</p>	<p>Sección en la página web oficial del municipio para los comerciantes, que se actualice periódicamente y</p>	<p>Información permitida para todos los ciudadanos</p>

	destino de los recursos, inversiones, y distribución de ingresos proveniente del recaudo por impuesto de Industria y comercio.	veeduría y facilitar el acceso a la información que, aunque muchas veces es pública su búsqueda resulta tediosa	donde ellos puedan consultar información sobre la cantidad, manejo y destino de los ingresos; de igual manera revisar información de matrícula, deudas, multas y periodos	
Disminución de ingresos por pandemia	La pandemia covid-19 golpeó fuertemente la economía local y las medidas necesarias tomadas quebraron y llenaron de pérdidas muchos negocios y los que lograron mantenerse,	Reformar las tarifas aplicadas a las actividades económicas llegando a un consenso entre comerciante y oficina de recaudo.	El consenso se puede llevar a cabo a través de reuniones con representantes del comercio Inzaeño.	La nueva política se aplicaría a todos los comerciantes cuya actividad comercial se ejecute en la

	<p>presentan desequilibrios y deudas altas que hacen que el comerciante, aunque tenga la obligación de tributar no tenga los medios para hacerlo.</p>			<p>jurisdicción del municipio de Inzá.</p>
--	---	--	--	--

Fuente: Propia de la investigación

La ejecución de nuevas alternativas que contribuyan a disminuir la tasa de informalidad y aumentar el recaudo de ICA del municipio deben realizarse cuanto antes de lo contrario se puede caer en delitos contra la Administración Pública, como está decretado en el artículo 6, de la Ley 610 del 2000 donde se sanciona la “gestión fiscal antieconómica, ineficaz, ineficiente, inequitativa e inoportuna, que en términos generales, no se aplique al cumplimiento de los cometidos y de los fines esenciales del Estado” tipificando como detrimento patrimonial.

6. Conclusiones y recomendaciones

- Los centros urbanos que participaron de la encuesta poseen características urbanas similares a las de la cabecera municipal, así que cualquier programa o política pública que se desee implementar puede realizar su prueba piloto en estas zonas.
- Los ingresos públicos obtenidos por el impuesto de Industria y Comercio bajo una adecuada gestión del recaudo, efectiva inversión social y participación ciudadana en veeduría directa, mejora la percepción de los ciudadanos hacia el Estado y los entes territoriales, en este caso la Alcaldía municipal.
- Los resultados sugieren que la desinformación en cuanto a la ley que grava el ejercicio económico es considerable, esto da opción a que la evasión de impuesto sea cada vez mayor y la tasa de informalidad no disminuya.
- El estudio encontró que los ciudadanos con emprendimientos están a la espera de que los recursos que pagaron después de matricularse y renovar su matrícula mercantil se vean reflejados en gasto público orientado a crear estrategias que atraigan turistas a la región, capacitaciones a los tenderos que permitan mejorar la calidad de su servicio, mejorar las vías de acceso para comercializar sus productos, acompañamiento profesional y legal a las ideas de negocio, estímulos por dinamizar la economía del municipio y educación financiera.
- El seguimiento y control son acciones necesarias para evaluar el desarrollo del nuevo proceso se recomienda después de la aplicación de las estrategias propuestas, tomar medidas de corrección a tiempo, reafirmar maniobras que permitan el óptimo cumplimiento de metas.

- El proceso de levantamiento de información y análisis de datos es clave para evaluar percepciones reales de la gente sobre las políticas que maneja la oficina financiera, sus métodos de cobro, manejo de inversión social y el talento humano que trabaja en el área.
- El trabajo de campo permite conocer de primera mano y en su contexto natural, información personal sobre el dueño de un establecimiento comercial, su entorno empresarial, y percepción sobre los fenómenos que experimenta realizando su actividad comercial.
- Los datos proveen evidencia de que casi el 54% de los emprendimientos son administrados por mujeres, es importante respaldar su empoderamiento y liderazgo empresarial femenino, capacitarlas en el uso de plataformas digitales para la promoción o venta de sus productos, la implementación de medios de pagos digitales.
- Los proyectos de desarrollo productivo agrario son una herramienta que permite fortalecer el campo, crear canales de venta directos, convenios con organizaciones en la ciudad, fortalecer el modelo de negocio, ya que no todas las personas tienen poder adquisitivo para tener un local en las zonas más activas del municipio.
- Factores como desarrollo económico exigen nuevas tendencias de protección al recaudo; los auditores y administradores tributarios deben analizar los problemas que afrontan los comerciantes y tener herramientas que guíen a las microempresas desarrollar estrategias de tipo impositivo, que los conduzcan a mejorar el proceso de la tributación.

Con lo anterior se haría uso de 6 líneas enfocadas en el desarrollo productivo

1. Fortalecimiento Empresarial
2. Participación y monitoria social comercial
3. Apropiación Digital
4. Herramientas para el liderazgo empresarial femenino
5. Gestión de Herramientas Productivas
6. Inclusión Financiera

7. Anexos

A continuación, se presentan todas las evidencias del trabajo de campo.

Figura 52.

Socialización campaña de formalización en el Municipio de Inzá Cauca. Emisora Radio Campesina 88.9 FM ¡Las voces del campo!



Fuente: Propia de la investigación

Figura 53.
Caracterización vereda el Pedregal. Registro fotográfico



Fuente: Propia de la investigación

Figura 54.
Caracterización vereda Turminá. Registro fotográfico



Fuente: Propia de la investigación

Figura 55.
Caracterización vereda San Andrés. Registro fotográfico



Fuente: Propia de la investigación

Figura 56.

Caracterización vereda El Parque. Registro fotográfico



Fuente: Propia de la investigación

Figura 57.

Audio, cuña radial de divulgación sobre campa de formalización y caracterización de los comerciantes del Municipio de Inzá



cuña radial
practica.mpeg

Fuente: Propia de la investigación

Figura 58.

Base de datos de los comerciantes del municipio de Inzá (entregable Alcaldía municipal de Inzá).

BASE DE DATOS COMERCIANTES INZÁ																			
CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS										IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA						ENTORNO OCUPACIONAL			
Nombre del comerciante	Género	Estrato socio-económico	Grupo étnico	De donde proviene	Ocupación	Organización Jurídica	Tipo de Actividad	Sector económico	Dirección comercial	Número de establecimientos	Tamaño	Avisos / talleres	Permanencia Empresarial			Trabajadores a cargo		Registro de Cámara	Inscripción en Industria
													0-5 años	6-15 años	16-30 años	de 30 años	1		
Doralva Cifuentes	X	1	Urbano	Inza	Arta de casa	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No	X			X		No	No
Mario Liz	X	1	Indígena	Santa Rosa	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de repuestos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X			X		No	No
Adriana Murcia	X	1	Campesino	Nevia	Zapatera	Persona Natural	Servicio		Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si		X				No	Si
Abelardo Polanco	X	3	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No	X					No	Si
Luci Salazar	X	2	Urbano	Inza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No						Si	Si
Jesús Chabro	X	2	Urbano	Inza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de repuestos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Jose Orozco	X	1	Urbano	Cajibío	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Panadela	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X				No	Si
Betabab Salazar	X	2	Campesino	Turmina	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Restaurante	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Marta Lopez	X	1	Urbano	Inza	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Ferretería	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si		X				Si	Si
Carlos Alberto Arias	X	2	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de repuestos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	No
Ruben Cruz	X	1	Campesino	Alto de la Cruz	Comerciante	Persona Natural	Comercial-Servicio	Taller de motos	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Cecilia Muñoz	X	2	Urbano	Santa Teresa	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Segundo Pagananbata	X	2	Otro	Ecuador	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	No
Jesús Salazar	X	2	Otro	Armenia	Barbero	Persona Natural	Servicio	Peluquería	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					No	No
Bertriz Linares	X	1	Otro	Venezuela	Modista	Persona Natural	Servicio	taller de ropa	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	No						No	No
Floj Tunbio	X	1	Indígena	Páez	Arta de casa	Persona Natural	Comercial	Otro	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	N/R
Emilise Caszo	X	2	Indígena	Inza	Arta de casa	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Delicias)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Pubelia Figueroa	X	2	Urbano	Inzá	Auxiliar enfermería	Persona Natural	Comercial-Servicio	Diogenia	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Diego Muñoz	X	1	Campesino	Inza	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Cartería	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Rigaudi Romero	X	1	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	No						No	Si
Aza Quiro (Tendera)	X	1	Indígena	Jerguado la Galar	Tendera	Persona Natural	Comercial	Venta de Popa	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Jenifer Rojas	X	1	Indígena	Alto de la Cruz	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de Popa	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					No	No
Ida Peña	X	2	Otro	Lajaria	Comerciante	Persona Natural	Servicio	restaurante	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Nohora Rojas	X	1	Urbano	Alto de la Cruz	Arta de casa	Persona Natural	Comercial	Venta de Popa	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					No	Si
Elena Para	X	1	Campesino	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Servicio	Peluquería	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					No	Si
Sigfredo Angel (Tendera)	X	1	Urbano	Inzá	Independiente	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					Si	Si
Carol Cortes (Empleado)	X	1	Urbano	Hariofo	Empleado	Persona Jurídica	Servicio	empresa de Salud	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					Si	N/R
Gabriela Guera	X	1	Campesino	El Escobal	Comerciante	Persona Natural	Comercial	venta de ropa	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					No	Si
Fabio Hurtado Chazaqui	X	1	Campesino	San Andrés	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Cartería	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	Si	X					No	No
Victor Chazaqui	X	2	Urbano	Inzá	mercante-Vendedor	Persona Natural	Comercial-Servicio	Veterinaria	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	No						Si	Si
Angélica Adriana Casso	X	1	Indígena	Inzá	Independiente	Persona Natural	Servicio	Cartería	Inzá(Mogaj)	1	Microempresa	No						No	No
Camilo Bedoya	X	1	Campesino	San Francisco	Independiente	Persona Natural	Servicio	Gimnasio	Inzá(Bolvár)	1	Microempresa	No						No	No
Perez Margolina	X	1	Indígena	Cali	Barbero	Persona Natural	Servicio	Peluquería	Inzá(Bolvár)	1	Microempresa	Si	X					No	No
Yareth Polanco	X	1	Indígena	San Francisco	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Chahuaria	Inzá(Bolvár)	1	Microempresa	Si	X					Si	No
Floj Sanchez	X	1	Indígena	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de Popa	Inzá(Bolvár)	1	Microempresa	Si	X					No	Si
Marta Lopez	X	1	Urbano	Putumayo	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Venta de Popa	Inzá(Bolvár)	1	Microempresa	Si	X					No	No
William Cadenas	X	1	Urbano	Inzá	Comerciante	Persona Natural	Comercial	Tienda	Inzá(Bolvár)	1	Microempresa	No	X					Si	No

Fuente: Propia de la investigación

Figura 59.

Estrategias de divulgación para la realización del actual proyecto de grado. A: Flyer publicitario. B: Divulgación por redes sociales (Página oficial de Facebook de la Alcaldía municipal de Inzá)



Fuente: Propia de la investigación

Figura 60.

Estrategia informativa para la formalización de los negocios. Volante

REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN INDUSTRIA Y COMERCIO

- 1 Tener su RUT actualizado
- 2 Fotocopia de cédula de ciudadanía
- 3 Estudio de suelos (solicitarlo en la alcaldía de Inzá, oficina de planeación)
- 4 Registros contables

Mayor información:
secretariafinanzas@inza-cauca.gov.co

SECRETARÍA DE FINANZAS PÚBLICAS
Alcaldía Municipal de Inzá

Fuente: Propia de la investigación

Figura 61.

Flyer informativo pago de impuestos prediales e industria y comercio, Municipio de Inzá, Cauca.

¡Aprovecha los descuentos!

Paga impuesto predial e Industria y comercio hasta el 28 de Febrero y recibe un: **30% de Dcto.**

Del 1 al 31 de Marzo **20% de Dcto.** | Del 1 al 30 de abril **10% de Dcto.**

SECRETARÍA DE FINANZAS
ALCALDÍA MUNICIPAL DE INZÁ

Fuente: Propia de la investigación

Figura 62.

Tarjeta de identificación como pasante de la Universidad del Cauca.



Fuente: Propia de la investigación

Figura 63.

Dotación chaleco de identificación por parte de la Administración municipal de Inzá



Fuente: Propia de la investigación

8. Referencias bibliográficas preliminares

- Alarcón, L et al (2020). El emprendimiento en Colombia y sus dificultades: un análisis desde la percepción. Universidad el Bosque. Recuperado 2021, de <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/3033>
- Agencia tributaria (2009). Antecedentes de los impuestos. Recuperado 2022 http://132.248.9.195/ptd2005/10621/0344783/0344783_A7.pdf
- Alarcón, L. *et al.* (2020). El emprendimiento en Colombia y sus dificultades: un análisis desde la percepción. Universidad el Bosque. Recuperado 2021, de <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/3033>
- Angulo, E (2011, julio). Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense, un estudio de caso. Recuperado 2022: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20cuantitativa%20utiliza%20la,de%20comportamiento%20en%20una%20poblaci%C3%B3n.
- Bancoldex. (2021, Julio 29). Clasificación de empresas en Colombia. Recuperado 2022: <https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-de-empresas-en-colombia-200>
- Comisión de la verdad. (2021, Julio 30). Colombia tiene una deuda histórica con las víctimas del conflicto en Cauca. Recuperado 2022: <https://comisiondelaverdad.co/actualidad/noticias/colombia-deuda-historica-victimas-conflicto->

- Gómez, D. (2017). Memorias del conflicto armado en niños y niñas desplazados por la violencia en el municipio de Inzá, Cauca. (pág. 43)
- Gómez, J. *et al.* (2019, p 39) Consensos y conflictos en la política tributaria de América Latina
- Kensel, H. (1997) El estado como integración.
- Martínez, A et al. (2005). El impuesto de industria y comercio en el servicio de Telecomunicaciones. Recuperado 2022: https://www.grupo-epm.com/site/portals/1/biblioteca_epm_virtual/tesis/ic_telco.pdf
- Municipio de Inzá. Página oficial: <http://www.inza-cauca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- OCDE. (2020). Informalidad e Inclusión Social en Tiempos de COVID-19. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Recuperado 2021, de <https://www.oecd.org/latin-america/events/cumbre-ministerial-sobre-inclusion-social/2020-OCDE-LAC-Ministerial-Informalidad-y-la-proteccion-del-empleo-durante-y-despues-de-COVID-19.pdf>
- RCN radio. (2022, Febrero 14). El 52 % de las tiendas del país son administradas por mujeres. Recuperado 2022: <https://www.rcnradio.com/economia/el-52-de-las-tiendas-del-pais-son-administradas-por-mujeres>
- Rojas, N., & Torres, A. (2021). Marco teórico del grupo de investigación observador socioeconómico semillero educación, sociedad y empresa. Biblioteca usbbog. Recuperado 2021, de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/65714.pdf>