

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
POSTGRADO DE DERECHO MERCANTIL
OPCIÓN "TRIBUTOS EMPRESARIALES"



CULTURA DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA PARA
LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DEL CONTRIBUYENTE

www.bdigital.ula.ve

Autora

Abg. Bastidas Marlyn

Tutora

Dra. Briceño Meggy

Trujillo, Octubre de 2016

i
Reconocimiento

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
POSTGRADO DE DERECHO MERCANTIL
OPCIÓN 'TRIBUTOS EMPRESARIALES'



**CULTURA DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA PARA
LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DEL CONTRIBUYENTE**

Trabajo Especial de Grado presentado como requisito para optar al
Título de Especialista en Derecho Mercantil, mención
"Tributos empresariales"

www.bdigital.ula.ve

Autora

Abg. Bastidas Marlyn

Tutora

Dra. Briceño Meggy

Trujillo, Octubre de 2016

DEDICATORIA

*Dios todo poderoso por darme la fuerza y la sabiduría necesaria
para alcanzar esta meta.*

*A mis padres Yrma y José de la Cruz, por siempre ser la luz en
mi camino, guiándome y brindándome apoyo incondicional, Los
Amo.*

*A Abdón Soto Añez, por ser mi amigo en todo momento,
dándome su amistad y amor incondicional.*

www.bdigital.ula.ve

Marslyn

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso y a mis padres.

A la Universidad de los Andes, por brindarnos la luz del conocimiento.

A mi amiga Rita Atencio, por los años de estudio y apoyo incondicional, gracias.

A mi compañera Carolina Domínguez, por su insistencia y empuje para la realización de este trabajo, gracias.

A mis amigos Alva Añez y Abdon Soto, por su amabilidad y apoyo durante el trayecto, gracias.

A mi tutora, Meggy Briceño, por su apoyo, paciencia y conocimientos necesarios para la realización de este trabajo.

¡GRACIAS!

INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
INDICE DE CUADROS	viii
ÍNDICE DE DIAGRAMA	ix
RESUMEN	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEORICO	
Planteamiento del Problema	4
Formulación del Problema	9
Objetivos de la Investigación	9
Justificación de la Investigación	10
Delimitación de la Investigación	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la Investigación	12
Bases Teórico Conceptuales	16
Generalidades sobre los Tributos	16
Sistema Tributario	17
Principios Tributarios	18
Tributos	22
Clasificación de los Tributos	23
Impuestos	24
Tasas	26
Contribuciones Especiales	26
Sistema Tributario y su Administración	27
Relación Jurídica Tributaria	28
Sujetos de la Relación Jurídica Tributaria	29
Sujeto Activo	30
Sujeto Pasivo	33
Clasificación del Sujeto Pasivo	34
Contribuyente	34
Responsable	35
Agentes de Retención	36
Base Imponible	36
Organización Tributaria	37
Satisfacción del Contribuyente	40
Necesidad del Contribuyente	41
Expectativas del Contribuyente	45
Percepción del Contribuyente	47
Cultura Tributaria	51
Servicio Vs Función Publica	51
Cultura Tributaria de Servicio	55
Características de la Cultura de Servicio	57
Confianza en la Cultura de Servicio	57
Cultura en el Servicio	58

Buenas Practicas en el Servicio	59
Políticas en el Servicio	60
Educación en el Servicio	60
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	
Tipo de Investigación	63
Diseño de la Investigación	64
Población	64
Muestra	65
Técnicas para la Recolección de Información	66
Validez del Instrumento	67
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	67
Confiabilidad del Instrumento	69
Procedimiento de la Investigación	72
CAPITULO IV ANÁLISIS INTERPRETACIÓN RESULTADOS	
Análisis de Resultados	73
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS	
Anexo 1 Cuestionario	

www.bdigital.ula.ve

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Pág.
SENIAT	31
Cuadro N° 2	39
Organigrama del SENIAT	
Cuadro N° 3	
Servicios del SENIAT	
Cuadro N° 4	62
Servicio de Central de Atención al Contribuyente	
Cuadro N° 5	73
Cultura en el Servicio	
Cuadro N° 6	75
Satisfacción de Expectativas	

www.bdigital.ula.ve

INDICE DE DIAGRAMA

Diagrama N° 1	Pág. 32
Valores Corporativos del SENIAT	
Diagrama N° 2	49
Aspectos que influyen sobre la percepción	
Diagrama N° 3	50
Expectativas y percepciones de los Contribuyentes	

www.bdigital.ula.ve

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NUCLEO UNIVERSITARIO “RAFAEL RANGEL”
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
COMISION DE POST-GRADO EN DERECHO MERCANTIL
MENCION “TRIBUTOS EMPRESARIALES”
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO**



**CULTURA DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA PARA
LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DEL CONTRIBUYENTE**

Autora

Abg. Bastidas Marlyn

Tutora

Dra. Briceño Meggy

RESUMEN

La investigación pretendió analizar la cultura en el servicio de la administración tributaria para la satisfacción de las expectativas del contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo. La metodología es descriptiva con un diseño de campo, tuvo como población 2096 contribuyentes de los cuales se obtuvo una muestra de 99, Para la recolección de los datos se diseñó un (01) instrumento tipo escala de Licker contentivo de 20 ítems para ser aplicado a los contribuyentes. Al analizar los resultados, se pudo evidenciar que la cultura de servicio, aborda varias dimensiones complementarias que establecen una balanza sobre la cual cada uno de sus componentes tienen el mismo peso, en este sentido la libreta de calificaciones del contribuyente tiene grandes asignaturas sobre las cuales la empresa debe invertir sus mejores esfuerzos con el fin de ofrecer al cliente una verdadera experiencia que vaya más allá de sus expectativas. La modernización del sistema tributario venezolano, promueve tanto la desconcentración como la descentralización de su gobierno para la prestación de sus servicios, así como, la creación de organismo autónomos encargados de administrar sus respectivos ingresos tributarios y fomentar una cultura tributaria que incentive el cumplimiento de las diferentes obligaciones en que incurren los habitantes dentro de su jurisdicción.

Descriptores: Cultura, Servicio, satisfacción, administración.

INTRODUCCIÓN

En los actuales momentos los países latinoamericanos, se encuentran en un proceso sostenible de adaptación para el desarrollo económico en un mercado globalizado, dicha globalización, enmarca nuevos paradigmas como factor determinante que debe estar presentes en la realidad de todas las fronteras del mundo, por lo tanto, es fundamental que las organizaciones empresariales accedan con dedicación y se ajusten con prontitud ante los avances novedosos para asumir el cumplimiento de las actividades que exigen los nuevos tiempos.

Es por ello que la planificación es una herramienta de gestión en la que se han valido la organizaciones e instituciones para lograr sus metas económicas y financieras para aprovechar las ventajas y oportunidades de los negocios, como también la prevención de eventualidades causadas por debilidades competitivas, la formulación de planes estratégicos para defender una posición, consolidar el liderazgo, afianzar la toma de decisiones en cuanto a proyectos de inversiones de crecimiento, negociaciones en el mercado financiero, generación de recurso propios, entre otros.

Actualmente la planificación en las empresas es un aspecto primordial para maximizar sus recursos, de manera de garantizar el desarrollo económico, la estabilidad y su permanencia en el tiempo. Cabe destacar que, la planificación tributaria es un aspecto relevante en el ámbito tributario, debido a que ofrece alternativas y estrategias, con el fin de proporcionar una erogación justa tomando en consideración el cumplimiento la normativa tributaria.

En este sentido, en cuanto la cultura de la calidad, el protagonista por excelencia de todos los aspectos de la vida laboral, es el cliente, en virtud de lo cual, quienes lideran la producción de bienes y servicios, hoy día orientan la actividad de sus organizaciones hacia el cumplimiento de los deseos y la satisfacción de sus necesidades. Por tanto, la diligente atención a las

necesidades del cliente, se convierte en la principal ventaja competitiva de las instituciones.

A este respecto, el Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria (SENIAT), comprometido en mejorar la comunicación con los contribuyentes en general, implementó una serie de mejoras tendientes a establecer lo que se ha denominado, Servicio Central de Atención al Contribuyente. En este sentido, ofrecen al contribuyente toda la información básica sobre el Sistema Tributario y Aduanero Venezolano requerido para el efectivo cumplimiento del pago de sus impuestos, mediante su portal institucional, o un servicio más personalizado en las oficinas que conforman los Servicios de Tributos Internos en el país.

La satisfacción del contribuyente es un indicador importante de la calidad del servicio ofrecido por la administración tributaria, pues esta influye notablemente en su comportamiento. Por ello, se convierte en parte de su misión, pues su satisfacción incide en el hecho de procurar o no atención, el lugar al cual acuda para recibirla, el que esté dispuesto a declarar y pagar oportunamente sus impuestos, así como también que sus expectativas queden cubiertas en términos de retribución de los impuestos para superar las necesidades colectivas.

En ese sentido, el contribuyente está satisfecho cuando los elementos del servicio cubren o exceden sus expectativas y tienen una positiva percepción de éste. De esta manera, se estará contribuyendo a consolidar una cultura, que como filosofía de trabajo, orienta estrategias de acción con carácter permanente para incentivar el cumplimiento de los deberes formales tributarios.

Aunado a ello, la defensa del contribuyente está íntimamente relacionada con dos temas importantes, tales como la transparencia de la propia Administración Tributaria y el cumplimiento de los principios tributarios; si la recaudación y administración de los tributos es transparente y se cumplen los principios tributarios, es más fácil la defensa del contribuyente. Por ello, se

habla de los derechos y garantías ofrecidos por el marco legal venezolano al cual ha de acceder con conocimiento todo contribuyente, cuando considere adversos a sus derechos, los actos iniciados por la administración tributaria que afecten sus intereses.

En esta investigación se abordara la temática, previa formulación del objetivo general orientado a evaluar la satisfacción de las necesidades y expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios de la oficina de asistencia al contribuyente del sector tributos internos Trujillo. Realizada según los requerimientos de una investigación descriptiva, se ordena de la siguiente manera:

En el capítulo I, se describe la situación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación e importancia, y la delimitación de la misma. En el capítulo II, se hace referencia a los antecedentes de la investigación, bases teóricas sustantivas, definición de términos básicos, además de la operacionalización de las variables. En el capítulo III, está el marco metodológico, comprendido por el tipo y diseño de investigación, población, técnica e instrumento de recolección de datos, luego la bibliografía consultada para la conceptualización del tema, así como los anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

El Sistema Tributario es la organización legal y administrativa creada por el Estado con el fin de ejercer de forma eficiente el poder tributario; es de carácter reglado, ya que comprende un conjunto de normas; cuya jerarquía depende de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en su artículo 317, y además incorporando la disposición del artículo 3° del Código Orgánico Tributario, donde se establece que solo a las leyes corresponde regular lo concerniente a crear los beneficios o incentivos fiscales. Dentro de este contexto, el sistema tributario permite la recaudación de impuesto; ya que el país ha sabido manejar tantas situaciones para generar mayores ingresos, y desde hace algunos años ha aumentado su carga impositiva para hacer frente a los gastos públicos que ocurren en el país, además hay que crear conciencia tributaria para disminuir significativamente la evasión fiscal que tanto afecta a los mismos países.

Es importante acotar, que el sistema tributario es analizado en las diferentes entidades políticas territoriales en determinados ramos de ingresos, tanto a la Nación, los Estados y Municipios, donde se relaciona con la recaudación y administración de los impuestos, y ha sido delimitada por criterios jurisprudenciales necesarios establecidos en la Constitución Bolivariana de Venezuela.

A nivel mundial, la modernización, reforma del Estado y de su administración, han venido incorporándose a las agendas de los organismos internacionales como fundamento de cumplimiento para asegurar acceso a

recursos, asistencia a los países, así como para la necesaria sinergia de las economías y sus administraciones con el mercado internacional. (Córdova y Álvarez, (2008)

En Venezuela, diversas propuestas afianzadas en las transformaciones de la sociedad han generado cambios, e innovaciones en el seno de la administración pública, formando parte de una revolución democrática, como un paso para lograr el equilibrio político y transformar las estructuras que median entre el Estado y la ciudadanía, es decir para cambiar los patrones estructurales que integran el modelo administrativo previo a la promulgación de la Constitución Nacional de 1999.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela aprobada en el año 1999, establece un sistema tributario basado en diferentes principios como el de Legalidad y Progresividad; ya que podrán establecerse impuestos, tasas o contribuciones que no estén expresamente previstas en la ley, así como tampoco ninguna otra forma de incentivos fiscales, como rebajas, exoneraciones y exenciones. El sistema tributario, se modifica y reforma en la medida que las condiciones económicas lo ameritan, trayendo esto como consecuencias las necesidades públicas, que son las que nacen de la vida colectiva satisfaciendo mediante la actuación del Estado, entre ellas defensa y resguardo de la soberanía del país, educación, crecimiento, salud, desarrollo entre otras, con el fin de lograr el beneficio colectivo.

Este escenario se ha llevado a cabo mediante la descentralización como línea maestra del proceso de reforma del Estado, acompañado con la creación de instancias organizacionales para dar celeridad y eficiencia alrededor de la nueva institucionalidad, en donde se constituyen procesos realmente efectivos para el logro de la eficiencia y profundización democrática. Los ciudadanos, en tanto clientes del Estado, cada día demandan a la administración pública servicios de mayor calidad; los quieren más rápidos, fiables, con horarios más amplios, facilitados con cortesía y respeto por parte de sus funcionarios.

Al mismo tiempo, exigen de la gestión la reducción de su déficit fiscal, aunado a que los servicios recibidos estén en consonancia con los impuestos establecidos. Para dar un buen servicio en la administración pública según Gabín (2009:45), “es necesario contar con cierta capacidad de entrega; debe adquirirse también un riguroso conocimiento del oficio ejecutado, de la función realizada o del servicio ofrecido”. Al cabo, no deben escatimarse incentivos morales, profesionales, si es posible económicos, pues el mantenimiento de un servicio de calidad supone un beneficio real para los oferentes. También son aplicables los sistemas de participación así como el aprovechamiento de las dotes de creatividad e iniciativa, para ayudar a las personas a conseguir una plena realización en el desempeño de sus funciones, enriquecer sus tareas con el fin de sentir el orgullo de realizar un trabajo bien hecho.

A este respecto, según Gabín (ob.cit) la administración pública, donde se incluye lo relativo a la gestión tributaria ha obviado durante mucho tiempo la opinión de los administrados contribuyentes. No obstante, los cambios en los paradigmas gerenciales impulsados por la globalización, las telecomunicaciones además, de cambios en el orden socioeconómico, le estimulan también a plantearse insistentemente cuales son las aspiraciones de los destinatarios de la actividad y como deberá complacerseles mejor, para lo cual deberían desplegarse investigaciones permanentes sobre expectativas y niveles de satisfacción de los usuarios en cuanto a los servicios ofrecidos en sus dependencias.

En contraparte, los privilegios de la administración tributaria para la gestión de los tributos no implican para el contribuyente una relación de sujeción y subordinación ilimitada, pues la misma Constitución establece protección de derechos y garantías ciudadanas, reconociéndose y garantizando entre otros principios, el de progresividad y protección integral, conforme al cual el Estado garantizará a toda persona natural o jurídica, sin discriminación alguna, el respeto, el goce y ejercicio irrenunciable indivisible

e interdependiente de tales derechos. Es decir, se suscita la igualdad de las partes que los coloca en un plano igual ante la Ley exigida por la aplicación efectiva de los principios de legalidad y protección jurisdiccional.

El caso es la existencia de una situación de indefensión del contribuyente. Para Castillo (2010), está referida fundamentalmente a las fallas del sistema jurídico tributario, el cual presenta notables falacias en lo atinente a la protección no sólo formal, sino efectiva de los derechos de las personas dado lo complejo de su normativa, cuya interpretación por parte de la Administración Tributaria en nada mejora la situación debido a los diversos criterios manejados y a la discrecionalidad con la cual se analizan los textos legales.

Sin embargo, el contribuyente que paga sus impuestos, demanda de la administración tributaria el ser tratado con corrección, rapidez y el mínimo de incomodidad. No hay ninguna contradicción en el hecho que pueda llegar a estar satisfecho con el servicio recibido, aun cuando esté convencido que los impuestos pagados son elevados o injustificados. Estudios realizados por García y Gonzáles (2007), en La Universidad del Zulia (LUZ), han arrojado que el balance negativo en la percepción y expectativas de los contribuyentes trasciende los límites de funcionamiento de la propia administración tributaria, dado que el mismo gravita en torno a la relación entre los impuestos y la oferta de servicios públicos prestados por el Estado, se considera relevante realizar un estudio en el contexto estado Trujillo, con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción de los contribuyentes respecto del servicio prestado por el área de “Asistencia al Contribuyente”.

Lo anterior, debido a que comentarios realizados por algunos contribuyentes a la salida de la oficina del sector de Tributos Internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo, permitieron recabar algunas evidencias que pudieran interpretarse como insatisfacción con la atención recibida pues alegaron alguna inconformidad con la información recibida, e incluso sus dudas generaron nuevas incertidumbres, aspectos estos propicios para que

el contribuyente se haga una imagen identificada con el carácter más restrictivo y coactivo, que informativo y educativo de la administración tributaria.

Es por ello que, el desconocimiento del nivel de satisfacción de los contribuyentes que acuden a la oficina sector de Tributos Internos Trujillo, a solicitar servicios por parte del área de Asistencia al Contribuyente, a su vez, la ausencia de un manual de normas y procedimientos, que les permita a los usuarios identificar los deberes y derechos, por parte del funcionario receptor, en virtud de lo cual, no se dispone de parámetros que indiquen las fortalezas y las debilidades del servicio ofrecido, mediante lo cual, se pueden emprender acciones para mejorarlo u optimizarlo según sea el caso. En ello incide seguramente, la falta de mecanismos para medir la satisfacción del contribuyente en cuanto a capacidad de respuesta, resolución de problemas, orientación para la realización de trámites referentes al cumplimiento de los deberes formales, trato del personal, entre otros.

Aunado a ello, sucede que los contribuyentes por falta de conocimientos, lo confusas de las normas tributarias o porque no cuenta con una asesoría especializada en materia tributaria, no ejercen las prerrogativas o recursos dispuestos por las leyes ante situaciones de vulnerabilidad de la administración tributaria, en virtud de lo cual, se exponen a la trasgresión de sus derechos constitucionales. Por lo anterior, urge evaluar la satisfacción de las necesidades y expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios de la oficina de asistencia al contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó Estado Trujillo. Todo ello, incluye el goce de derechos y garantías, que de no ejercerlos traen como consecuencia, además de lesiones contra la integridad económica del contribuyente, eventualmente el recrudecimiento de la actitud de escepticismo y animadversión hacia la administración tributaria. En consecuencia, su insatisfacción con el servicio prestado tanto por las Oficinas de Tributos Internos como la autoridad tributaria en general.

Formulación del problema

¿Cómo se da la credibilidad como cultura de servicio de la administración tributaria para la satisfacción de las expectativas del contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo?

Objetivo general

Analizar la cultura de servicio en la administración tributaria para la satisfacción de las expectativas del contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo

Objetivos específicos

Identificar los elementos de la cultura en el sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del Sector Tributos Internos del Municipio de Boconó del Estado Trujillo.

Caracterizar las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos Trujillo.

Proponer lineamientos para el fortalecimiento de la cultura en servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos Trujillo.

Justificación de la Investigación

El objetivo primordial del sistema tributario es proporcionar los recursos necesarios para financiar el gasto público esta característica es conocida como la suficiencia del sistema tributario, depende de la generalidad de los impuestos que se aplican, el nivel y estructura de las tasas y la eficiencia de la administración tributaria, la suficiencia de la recaudación tributaria está

plenamente vigente en los países latinoamericanos, puesto que los recursos no tributarios, tales como los ingresos por privatizaciones o el endeudamiento público, son limitados, lo que significa que en la medida que el gasto público no se reduzca, los ingresos tributarios seguirán siendo insuficientes.

El aporte científico de la presente investigación se fundamenta en la cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo en la necesidad de acompañar al desarrollo de la gerencia tributaria a través de la generación de información apoyada en un cuerpo de conocimiento sistemático, controlados y objetivos sobre la planificación tributaria en el proceso que ello implica, esta información sirve de sustento y fuente de consulta para otras investigaciones en el área de gerencia tributaria.

Cabe destacar que el especialista en Gerencia Tributaria posee herramientas de interpretación de las normas tributarias para atender las necesidades de las organizaciones públicas y privadas, pues reconoce la situación económica y social vigente en Venezuela así como su relación respecto de la situación mundial. De allí la relevancia de acometer un estudio donde tenga la oportunidad de integrar los aprendizajes adquiridos mediante los conocimientos facilitados en las asignaturas del plan de estudios de la Especialización, para generar aportes beneficiosos tanto para los responsables de administrar los tributos, como los contribuyentes, quienes acuden a las dependencias del SENIAT a solicitar los servicios relacionados con el cumplimiento de sus deberes formales.

Lo anterior justifica desde el punto de vista práctico la realización del estudio en cuestión cuya finalidad es evaluar la satisfacción de las necesidades y expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios de la oficina de asistencia al contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo. Con la realización del estudio, se indagará en un tema que representa en la actualidad, uno de los quehaceres principales del ejercicio del gerente tributario, pues conocer la satisfacción de los

contribuyentes, implica precisar qué tanta repercusión ha tenido una de las políticas más complejas y polémicas implementadas por el gobierno nacional en los últimos tiempos, desde el punto de vista de los contribuyentes, en cuanto a percepción y expectativas.

En ese orden de ideas, la revisión de material teórico legal para fundamentar la temática del estudio, ayuda a la construcción de un basamento teórico propio para confrontarlo con la realidad estudiada. Teóricamente la investigación permite revisar enfoques conceptuales y textos legales cuyo análisis contribuirá a configurar un cuerpo de conocimientos de indiscutible utilidad para investigaciones similares.

Desde el punto de vista metodológico, la justificación viene dada por el uso de métodos e instrumentos viables para el desarrollo de investigaciones con propósito académico, pero que a la vez demanda la puesta en práctica de elementos pertinentes con la confiabilidad y rigurosidad que demanda este tipo de estudio. Asimismo, la recolección de datos se lleva a cabo en instrumentos elaborados siguiendo pautas metodológicas, en virtud de lo cual, pueden ser utilizados de referencia en otras investigaciones.

Delimitación de la Investigación

La investigación se realizara en el lapso enero de 2015, hasta diciembre 2016, en el Área de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo, con los contribuyentes que fueron las unidades de análisis. La temática de la investigación está referida a la cultura tributaria en el sujeto pasivo considerando las disposiciones constitucionales y legales del ordenamiento jurídico y el sistema tributario venezolano.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A continuación se exhibe un compendio de posturas doctrinales, teorías o constructos conceptuales sustentadores de la investigación, los cuales soportarán el conocimiento de la situación superable descrita en el momento anterior, demostrando su desarrollo la documentación de las variables objeto de estudio así como su aprovechamiento para proporcionar nuevas posturas teóricas dentro del campo del conocimiento. Seguidamente se presentan los antecedentes de la temática, donde se analizan algunos estudios previos los cuales han analizado temáticos similares a la del presente trabajo:

Antecedentes de la Investigación

En esta parte de la investigación se presentan los estudios elaborados por otros investigadores, pero que en alguna medida guardan relación con la variable de estudio. Según Arias (2007), son estudios previos y tesis de grado relacionadas con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio. Entre ellos se encuentran:

Bencomo, (2014), realizaron una investigación titulada “Identificar el impacto que tiene el cambio en la cultura tributaria de los contribuyentes formales del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en el Centro Comercial Edivica, Municipio Valera, Estado Trujillo”, investigación realizada en la Universidad Dr. Belloso Chacín, para optar al grado de Magister en Gerencia

Tributaria, la cual tuvo como objeto primordial identificar el impacto del cambio en la cultura tributaria. El estudio se sustentó metodológicamente en una investigación de diseño descriptivo, el tipo fue de campo debido a que la información se tomó de la realidad. La población quedó conformada por 20 contribuyentes formales del Centro Comercial Edivica, Municipio Valera, no se utilizó muestra ya que la población es representativa y manejable. Como técnica de recolección de datos se empleó la observación directa, la entrevista y se diseñó un instrumento consistente en un cuestionario de preguntas cerradas de elección múltiple. Los resultados arrojaron que las estrategias implementadas por el Estado no han logrado exitosamente los objetivos planteados para una conciencia tributaria.

La evaluación, a través de análisis de la información determinó el poco conocimiento de Cultura Tributaria que tienen los contribuyentes, por ende el desacuerdo existente en los cambios que dentro del sistema tributario se presentan y la necesidad de crear conciencia fiscal en el venezolano, para disminuir la evasión y por consiguiente minimizar el incumplimiento de los deberes formales para evitar las sanciones establecidas o consagradas en la normativa legal.

Asimismo, Terán (2014), en su investigación titulada “Evaluar el nivel de preparación de las empresas comerciales en relación con el Plan Evasión Cero, implementado por el Servicio Nacional Integrado de administración aduanera y tributaria (SENIAT), en el Centro Comercial Plaza de la ciudad de Valera”, investigación realizada en la Universidad Dr. Belloso Chacín, para optar al grado de Magister en Gerencia Tributaria. Se planteó como objetivo general evaluar el nivel de preparación de las empresas comerciales con relación al "Plan Evasión Cero" implementado por el SENIAT en el Centro Comercial Plaza de la ciudad de Valera del Estado Trujillo". Para ello fue necesario determinar las características de la información que reciben los contribuyentes en materia de los procedimientos contables en relación con el "Plan Evasión Cero", así como también determinar el nivel de conocimiento

que manejan los contribuyentes en materia al Plan Evasión Cero y evaluar el proceso de divulgación de la información tributaria referida al cumplimiento de los deberes formales.

El mismo estuvo basado en una investigación tipo descriptivo con diseño de campo, ya que persiguió como fin fundamental determinar un conjunto de modelos, situaciones y hechos que caracterizan una actuación de sujetos o grupos de personas, en este caso en particular, pretendió describir las características orientadas a determinar el cumplimiento de los deberes formales de las empresas comerciales, cuya muestra fue de 25 empresas, a las cuales se le aplicó un cuestionario contentivo de 30 preguntas cerradas. Obteniéndose como resultado que la mayor parte de los contribuyentes encuestados carecen de información respecto a los requisitos que debe cumplir los comerciantes encuestados, y que los pocos contribuyentes que han obtenido información la han conseguido en su mayoría a través de la atención personalizada del SENIAT-Valera, notándose la carencia de información por medios de comunicación como son la prensa, la radio y la televisión.

Zarcos (2014), en su investigación titulada “Adaptación de los fundamentos del Control Interno Administrativo al área tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones en la Relación Jurídica Tributaria, el trabajo desarrolló un conjunto de definiciones específicas referidas al asunto tributario que permita abordar la importancia del Control Interno Tributario y crear una serie de procedimientos o pautas a seguir para que este cumpla con su objetivo principal en donde el pago de los impuestos y el cumplimiento de los deberes formales tributarios, se ajusten a los estándares establecidos en la Ley.

La investigación fue documental basada en la información que se consultó en materiales bibliográficos, se usó técnicas bibliográficas tales como: lecturas exploratorias, evaluativas, resumen y fichas. La importancia del área de los tributos en una organización, en especial por la naturaleza legal de las

obligaciones tributarias, puede deducirse de los resultados generalmente irremisibles que trae consigo el incumplimiento de estas obligaciones. Por lo tanto, adoptar y establecer un adecuado Control Interno Tributario, inmerso en un ambiente de control tributario en todos los niveles de la organización, es una herramienta que busca asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la prevención de desviaciones con el objeto de minimizar el riesgo de cometer ilícitos tributarios.

Estas investigaciones sirvieron de aporte para el estudio, ya que de ellas se toman datos importantes para la fundamentación teórica - metodológica y los resultados.

Albarrán (2014) en su trabajo titulado Calidad de Servicio ofrecido a los contribuyentes durante el desarrollo de la función fiscalización, planteó como objetivo determinar la calidad de servicio ofrecida a los contribuyentes del sector comercial de Valera, estado Trujillo durante el desarrollo de la función fiscalización por parte de la Oficina de Tributos Internos. Para tal fin se examinó el servicio, así como también se identificaron las expectativas y percepción de los contribuyentes respecto de la mencionada función.

La metodología utilizada obedece a un nivel descriptivo con un diseño de campo. Como instrumento de recolección de datos se aplicó un cuestionario a una muestra de 64 contribuyentes el análisis de los datos se ejecutó con base en la estadística descriptiva, cuyos resultados se ilustraron en gráficos acompañados de su respectiva interpretación cuanti cualitativa. Se determinó que la calidad de servicio ofrecida a los contribuyentes del sector comercial de Valera, estado Trujillo durante el desarrollo de la función fiscalización por parte de la Oficina de Tributos Internos, presenta algunas inconsistencias por cuanto, estos mostraron cierta insatisfacción en algunos aspectos tales como el carácter coactivo del proceso, lo infectiva de la educación tributaria y los pocos alcances de los operativos de fiscalización para incentivar el cumplimiento voluntario de los deberes formales, así como con la falta de cubrimiento de sus expectativas.

Por ende, se recomienda, aplicar estrategias para conocer las expectativas de los contribuyentes en relación con lo que esperan de los operativos de fiscalización. Para mejorar su percepción, el desarrollo de las acciones de fiscalización en concordancia con lo establecido en el Código Orgánico Tributario. La investigación señalada se considera antecedente puesto que abordan aspectos comunes con el tema de la investigación por realizar. Además sus resultados, dan muestra de las inconformidades de los contribuyentes con las políticas de la administración tributaria. Esto motivó a la idea que derivó en el propósito de la investigación

Bases teóricas

En las bases teóricas del presente estudio se analizarán los aspectos referidos a generalidades sobre los tributos, conceptualización básica sobre credibilidad como cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo. El propósito es hacer una descripción detallada de los elementos que intervienen en el problema que permitan el desarrollo sustentado en el conocimiento científico. A continuación se enmarcan los aspectos teóricos fundamentales a fin de manejar los conceptos para el desarrollo del estudio.

Generalidades sobre los tributos:

Si bien no existe una teoría general de la tributación dada universalmente por todos los autores, las Doctrinas Italianas y Alemania han tratado de hacerlos satisfactoriamente. Fonrouge (2007), afirma que los tributos representan obligaciones de dar, acompañado de una compulsión de hacer efectivo su cumplimiento. Explica el autor que son diversos los tipos de tributos, incluyendo dentro de ellos tres categorías básicas que comprenden a los impuestos, tasas y contribuciones especiales.

En torno a los impuestos, según el autor mencionado, estos son prestaciones de dinero o en especie, exigidas por el estado en virtud del poder de imperio, a quienes se hallen en las situaciones consideradas por la ley como hechos impositivos. Por su parte, la tasa es las prestaciones pecuniarias exigidas compulsivamente por el Estado y relacionada con la prestación efectiva o potencial de una actividad de interés público que afecta al obligado.

Continúa Fonrouge (2007), explicando que las contribuciones especiales por su fisonomía jurídica se ubican en situación intermedia entre los impuestos y las tasas. Esta categoría comprende gravámenes de distintas naturaleza. Es la prestación obligatoria debida en razón de beneficios individuales o de grupos sociales, derivados de la realización de obras públicas o de especiales actividades del Estado. Así, las contribuciones especiales adquieren mayor amplitud que la que le reconocen ciertas doctrinarias que la limitan a la llamada contribución de mejoras por considerar que gravámenes generales incluidos en esta categoría establecen los tributos asignados.

Sistema Tributario

Es la expresión con la que se hace referencia al conjunto de normas, principios e instituciones que regulan la fijación, cobro y administración de los tributos de un país. Según Gabín (2009) el sistema tributario está constituido por el conjunto de tributos vigentes en un país, en determinada época. Este autor sostiene que el sistema tributario debe estudiarse en relación a un país concreto, ya que pueden existir sistemas tributarios semejantes en varios países, pero siempre existen peculiaridades nacionales.

Cada conjunto de tributos es el resultado de las instituciones jurídicas y políticas de un país, de su estructura social, de la magnitud de sus recursos, de la forma de distribución de ingresos, de su sistema económico, entre otros. Baleeiro (2010:685) considera que el sistema tributario está integrado

con los variados impuestos que cada país adopta, según su género de producción, su naturaleza geográfica, su forma política, sus necesidades y sus tradiciones. Agrega que no es posible establecerse científicamente un sistema tributario modelo o ideal para todos los países, ni para cualquiera de ellos.

Sin embargo, se opina que si bien es acertada la tipología propuesta por Baleeiro, no debe desconocerse que la condición puramente instrumental de los tributos, permite establecer semejanzas características de sistemas acordes con los fines que orientan las políticas de los diversos Estados. Los principios de la tributación tienen un contenido y un alcance diferente según el régimen político imperante. En Venezuela el sistema tributario está conformado por el conjunto de tributos nacionales, estatales y municipales, cuya recaudación permite satisfacer las necesidades colectivas de la nación. Se conduce a través de principios como: legalidad, generalidad, capacidad contributiva, progresividad y proporcionalidad.

www.bdigital.ula.ve

Principios Tributarios

Para que un sistema tributario goce de total y absoluta legitimidad, debe fundamentarse en principios fundamentales que en forma concreta se detallan a continuación. A saber:

1.- Principio de Legalidad: El Artículo 317 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, establece el principio de legalidad al cual debe sujetarse el Estado en el ejercicio de sus competencias impositivas (*nullum tributum sine lege*). El principio de la legalidad en la especial materia tributaria es tan importante, que se encuentra intrínsecamente vinculado a la noción misma del tributo como elemento-objeto esencial de la relación jurídica tributaria.

Cualquier intento de definir el tributo así lo demuestra, principalmente cuando se concibe que los tributos son por definición prestaciones de carácter pecuniario exigidas por el Estado (*lato sensu*) en ejercicio de su

poder de imperio, pagadas a sujetos de Derecho Público, por la ocurrencia de hechos económicos de relevancia jurídica previstos en la Ley como hechos imponible, y cuyo objeto es hacer contribuir a los llamados por la norma tributaria para la consecución de los fines del Estado. Según Jarach, Giuliani Fonrouge, Valdés Costa, citados por Ramírez Van Der Velde y otros en su obra Análisis del Régimen Tributario en la Nueva Constitución, dicen que la relación jurídico tributaria es una obligación *ex lege*, es decir, una obligación que tiene su fuente en la Ley y cuyo centro de gravedad, como lo han señalado los más destacados exponentes de la doctrina latinoamericana entre otros), es el hecho imponible, de cuyo acaecimiento depende el nacimiento de la mencionada obligación.

Según aportes de Castillo (2010), en el ámbito tributario, el Estado y el contribuyente se encuentran en un plano de igualdad, y ambos por igual, se encuentran por debajo de la Ley y sometidos a ella. Los tributos se deben establecer por medio de leyes, tanto desde el punto de vista material como formal, es decir, por medio de disposiciones de carácter general, abstracto, impersonal y emanado del poder legislativo.

Es decir, el Estado no puede penetrar a su arbitrio en los patrimonios particulares para sacar de ellos un provecho para su placer. Los caracteres esenciales de los tributos, la forma, contenido y alcance de la obligación tributaria, están consignados expresamente en la Ley, de tal modo de que el Estado no sea arbitrario de la autoridad ni del cobro del impuesto, sino que el sujeto pasivo pueda conocer la mejor forma de contribuir con los mismos.

2.- El Principio de Generalidad: Este principio constituye, sin duda, una de las bases fundamentales de cualquier sistema tributario moderno, e implica la existencia de dos elementos estrechamente relacionados. Por un lado, la obligación para todos los habitantes del país, de contribuir con el gasto público y, por el otro, la exclusión de todo privilegio que pueda consistir en el relevo de dicho deber. En otras palabras, tal como lo asienta Villegas la generalidad implica que cuando una persona física o jurídica se encuentra en

las condiciones que establecen, según la Ley, el deber de contribuir, éste debe ser cumplido cualquiera sea el carácter del sujeto, categoría social, sexo, nacionalidad, edad, entre otros. No se trata de que todos deban pagar tributos, según la generalidad, sino que nadie debe ser eximido por privilegios personales, de clase, linaje o casta”

Es decir, cuando una persona física o jurídica ideal, se halla en las condiciones que marcan, según la Ley, la aparición del deber de contribuir, este deber debe ser cumplido. Tal principio se encontraba previsto en el Artículo 56 de la Constitución de la República de Venezuela del año 1961 (“Todos están obligados a contribuir a los gastos públicos”), y está contemplado, con una redacción más elaborada, en el Artículo 133 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y el cual prevé que: “Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la Ley”. Sin embargo, este principio tiene sus límites, los cuales se encuentran representados por las exenciones (otorgadas por Ley), exoneraciones (creadas por la Ley y concedidas por el Poder Ejecutivo) y demás beneficios fiscales, por medio de los cuales, a pesar de configurarse el hecho imponible, determinados sujetos pasivos quedan exentos total o parcialmente de la carga fiscal que les corresponde. Dada su naturaleza excepcional, estas figuras deben estar previstas en la Ley, tal y como lo recoge el Artículo 317 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

3.-El Principio de Capacidad Contributiva: Los dos (2) principios anteriores, de legalidad y el de generalidad del tributo, están íntimamente vinculados al principio de la capacidad contributiva, el cual también es base del sistema tributario y que se encuentra consagrado en el Artículo 316 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, consiste en la aptitud para soportar las cargas tributarias en la medida económica y real que fácticamente le viene dada a un sujeto frente a su propia situación fiscal en

un período determinado, medida con base en la cual aporta la contribución debida al Estado.

En otras palabras, el principio de la capacidad contributiva obliga al legislador a estructurar un sistema tributario en el que la participación del ciudadano en el sostenimiento del gasto público, se realice de acuerdo con sus posibilidades económicas, concebidas como titularidad de un patrimonio, percepción de una renta o tráfico de bienes. (Castillo, 2010)

4.- Principio de Igualdad: Este principio señala que no debe excluirse a ningún sector de la población para el pago del tributo. El principio de igualdad establecido en el Artículo 21 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela establece que todas las personas son iguales ante la Ley. Y como expresa Giuliani Fonrouge, este principio es inseparable de la concepción democrática del Estado y recibió su primera formulación legal en el derecho público surgido de la Revolución Francesa, por oposición al régimen de privilegios de la época precedente.

5.-Principio de progresividad: En Venezuela se estableció que el sistema tributario establecerá la obligación de contribuir en atención a la capacidad económica del sujeto pasivo, por lo que los tributos no pueden ser calculados sobre una base proporcional, sino atendiendo al principio de progresividad, el cual debe respetarse para que el Estado pueda cumplir con la obligación de proteger la economía nacional y lograr un adecuado nivel de vida para el pueblo. Éste consiste en que la fijación de contribuciones concretas de los habitantes de la Nación sea acorde con sus manifestaciones de capacidad contributiva, ya que lo que se desea es que el aporte no sea desproporcionado en relación a ella. **Principio de la no confiscación:** La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela asegura la inviolabilidad de la propiedad privada, así como su libre uso y disposición.

A su vez, en el Artículo 317 dispone que (...) Ningún tributo puede tener efecto confiscatorio. Y, ¿cuándo se dice que un tributo tiene efecto confiscatorio?, cuando la aplicación de ese tributo excede la capacidad

contributiva del contribuyente, disminuyendo su patrimonio e impidiéndole ejercer su actividad.

7.- Principios No Constitucionales: Entre los principios no previstos en la constitución pero que son fundamentales o indispensables a la hora de crear un sistema tributario, y que corresponden a lo que se denomina la racionalidad del sistema tributario, están (Josar, Nava, Parra, Ferrer y Villasmil, S/F):

- Principio de Certeza: Señala que el tributo y todo lo relativo a éste, debe estar plasmado en la Ley de la forma más clara y comprensible posible. Ley en sentido *lato*, entendiendo por éste, Reglamentos, Resoluciones Generales, Instructivos, Circulares, etc. Este principio exige que las leyes tributarias, los decretos reglamentarios, circulares, etc., sean estructurados de manera tal, que presente técnica y jurídicamente el máximo posible de inteligibilidad, el contenido de las mismas sea tan claro y preciso, que no permitan la existencia de ningún tipo de dudas para los contribuyentes.

- Principio de simplicidad: Debe ser lo más simple posible para el acceso del contribuyente.

- Principio de suficiencia: Se relaciona con el principio de simplicidad, y éste se traduce que en menor número de tributos mayor será la recaudación. Se hará más eficiente porque si los tributos son pocos se necesita que sean altamente rendidores. Y es que resulta acertado afirmar que los tributos nunca deben limitar el desarrollo económico de un país, por lo cual deben proscribirse situaciones como el establecimiento de bases imponibles alejadas de la realidad y la aplicación de alícuotas impositivas desproporcionadas. Contrario a esto, la potestad tributaria debe tener como norte de sus actos los principios antes señalados y garantizar el crecimiento de los distintos sectores productivos, protegiendo de esa forma la economía nacional en general y la elevación del nivel de vida de la población.

Tributos.

Son obligaciones en dinero, exigidas por el estado mediante ley, con el fin de obtener ingresos, que permitan satisfacer las necesidades sociales. Según Villegas (1992), los tributos son definidos como: “Las prestaciones en dinero que el estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley, para cubrir gastos que le demande el cumplimiento de sus fines”. (p.67)

En el mismo orden de ideas Castillo (2010) define al tributo como Una prestación obligatoria comúnmente en dinero, exigido por el estado en virtud de su imperio y que da lugar a una relación jurídica de derecho público. También se le ha considerado como una prestación pecuniaria que el estado, o en un ente público autorizado al efecto por aquel, en virtud de su soberanía territorial, exige de sujetos económicos sometidos a la misma. (p.89)

En conclusión, se puede decir que el tributo es una prestación obligatoria comúnmente en dinero, exigida por el estado y tiene que estar establecido en una ley. Los tributos poseen ciertas características que los identifican, tales como: Prestación en dinero, no es forzoso que así suceda; Exigido en el ejercicio del poder imperio, para Villegas H. (1992:67), “el elemento esencial del tributo es la elongación, o sea, la facultad de competer el pago de las prestaciones, requerida y el estado ejerce el poder de imperio”; Los tributos deben ser establecidos sobre la base de la capacidad contributiva; En virtud de una Ley: No hay tributo sin Ley previa que lo establezca, lo cual significa un límite formal a la coacción, así como la capacidad contributiva es un límite sustancial de razonabilidad y justicia; Para cubrir los gastos que demandan el cumplimiento de sus fines: el objetivo del tributo es fiscal, es decir, su cobro tiene su razón de ser en la necesidad de obtener ingresos para cubrir los gastos que demanda de satisfacción de las necesidades públicas.

Clasificación de los tributos.

Al considerar los ingresos del Estado, se tiene la ocasión de señalar divergencias que se advierten en el campo doctrinal con respecto a su

clasificación, sin embargo, a los efectos de este trabajo se utilizará la tripartita que clasifica los tributos de la siguiente manera (Villegas, 1992:90): Impuesto, Tasa y Contribuciones Especiales. Siguiendo este orden de ideas se puede decir que los tributos han sido clasificados de muchas formas, al extremo que se ha llegado a decir que existen tantas clasificaciones como autores. A continuación se muestra la clasificación: de los tributos, elaborado por la investigadora. Ahora bien, en función de la clasificación planteada por Villegas (1992) se realiza un análisis sobre cada elemento presentado, en consecuencia se presenta el impuesto, las tasas y las contribuciones especiales.



Diagrama N° 1. Clasificación de los tributos

Fuente: Investigadora. Bastidas, 2015

Impuesto

Para Castillo (2010:217), el impuesto se considera como “Una prestación coactiva generalmente pecuniaria, que un ente público tiene derecho a exigir a las personas designadas por la Ley, cuando realizan determinados

presupuestos reveladores de capacidad económica para contribuir al sostenimiento de los gastos públicos”. Es por ello que el impuesto es un tributo cuya obligación tiene como hecho generador una situación independiente de toda actividad estatal que es relativa al contribuyente.

En relación a lo anterior el autor acota (ob.cit) se puede decir que los tributos se caracterizan de la siguiente manera: Un tributo es exigido por el Estado. No existe contraprestación directa e inmediata de un servicio. Se toma en cuenta la capacidad contributiva del contribuyente. Aporta beneficios de carácter económico, financiero y social. Pero los impuestos no poseen características nada más, sino que para muchos autores como Villegas (1992) lo clasifican de la siguiente manera:

Impuestos Directos: La obligación está a cargo de una persona, no puede ser trasladado a terceras personas, pues grava en forma inmediata al patrimonio o rédito (renta) del contribuyente. Ejemplo: Impuesto sobre la Renta, patente de vehículo, entre otros.

Impuestos Indirectos: La norma jurídica tributaria concede facultades al sujeto pasivo del impuesto para obtener de otro el reembolso pagado; es decir, que puede ser trasladado a terceras personas gravan al gasto o al consumo. Ejemplo: Impuesto al Valor Agregado, Impuesto al Cigarrillo y al Alcohol.

Impuestos Reales: Gravan la materia imponible sin tomar en consideración en ningún caso la situación personal del contribuyente, tales como: sexo, domicilio y raza. Ejemplo: Impuesto al valor Agregado.

Impuestos Personales: Recaen sobre el total de capacidad tributaria del contribuyente, tomando en consideración su situación personal y estableciendo a tal efecto ciertos desgravámenes. Ejemplo: Declaración de Impuesto sobre la Renta.

Impuesto Proporcional: Su monto permanece constante cualquiera que sea la cantidad total de la riqueza sujeta a imposición, tiene alícuota única. Ejemplo: Impuesto al Valor Agregado.

Impuestos Progresivos: La relación de cuantía del impuesto con respecto al valor de las riquezas gravadas, aumenta a medida que aumenta el valor de esta; la alícuota aumenta en la medida que aumenta el monto gravado. Ejemplo: Impuesto sobre la Renta.

Impuestos Nacionales: Son aquellos impuestos que tienen como ámbito de acción todo el territorio nacional. Ejemplo: Impuesto sobre la Renta.

Impuestos Locales o Municipales: Son aquellos impuestos que tienen como ámbito de acción un Municipio. Ejemplo: Impuesto sobre Patente de Industria y Comercio o Patente de Vehículo.

Tasas

En relación a las tasas, Rosenberg et al. (1992:231), las considera como “contribuciones que cobra el estado por la prestación o servicio específico del contribuyente y donde el pago se puede identificar con el servicio”. Es por esta razón, que las tasas son el tributo cuya obligación tiene como hecho generador, la prestación efectiva o potencial efectiva o potencial de un servicio público individualizado en el contribuyente. Las tasas presentan como característica prioritaria a que es una prestación que el estado exige en el ejercicio de su poder de imperio, es un pago que exige al contribuyente por prestarle un servicio; la tasa únicamente puede ser creada por una ley o publicada en gaceta oficial para que se pueda cobrar y es obligatorio al momento en que el estado preste el servicio.

Contribuciones especiales

Según Rosenberg et al. (1992:93), las contribuciones “son una prestación obligatoria debida en razón de beneficios individuales o de grupos derivados

de la realización de obra pública de especiales actividades del estado”. De esta manera, es que las contribuciones especiales son también tributos cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales. Dentro de las características de las Contribuciones Especiales el autor en cuestión (ob.cit) las señala como una compensación por ventajas específicas obtenidas en la propiedad inmobiliaria y se paga una sola vez; es una compensación que debe pagar un grupo de personas delimitadas en el área determinada y el pago es de carácter obligatorio.

Las Contribuciones Especiales se clasifican en contribuciones de mejoras, de seguridad y parafiscales. Las Contribuciones de mejoras son aquellas contribuciones de obras públicas, que incrementan el valor de un inmueble en particular; las Contribuciones de Seguridad son aquellos tienen carácter social o educativo y las Contribuciones Parafiscales son como las exenciones recabadas por ciertos entes públicos para asegurar su financiamiento autónomo.

Sistema Tributario y su Administración

El diseño del sistema tributario y su administración son aspectos estratégicos en los estados modernos. A su vez, la buena percepción de la Administración Tributaria y un alto porcentaje de cumplimiento voluntario de las obligaciones que conlleva la aplicación del sistema fiscal, serán un indicador relevante de la madurez democrática de las sociedades contemporáneas. La literatura económica señala, desde el punto de vista de los ciudadanos, cuatro características deseables que debe tener todo sistema tributario: a) Promover el crecimiento económico) Justo y Sencillo c) De fácil cumplimiento

Tanto en el ámbito teórico como a nivel práctico los impuestos generan efectos muy relevantes sobre la actividad económica, en la situación en la que se encuentra el país, una estructura tributaria estable, justa, simplificada

y sostenible es condición necesaria para un buen desempeño económico. El diseño y la administración del Sistema Tributario es, sin duda, una de las áreas que dentro del sector público debe ser objeto de prioritaria atención y fortalecimiento por parte de los diversos gobiernos por múltiples razones entre ellas:

Los ingresos públicos de naturaleza tributaria constituyen la fuente de financiación esencial de toda sociedad democrática; la contribución de todos en la medida de su capacidad, está en la esencia misma del "Contrato Social" del que emana el Estado, de conformidad, a lo establecido en el Artículo 2 CRBV, como valores superiores. Se debe tener en cuenta, que el pago de los Tributos, Coadyuvan a la reactivación del crecimiento económico del país, la dotación de infraestructuras, la mejora del aparato productivo, la cobertura del gasto público social, el control del déficit fiscal, entre otros; y cuya finalidad debe ser la de promover conjuntamente con la política de gasto público, una mejor distribución de los ingresos en la lucha contra la desigualdad, distribuyendo los recursos financieros de acuerdo con principios constitucionales de equidad, para favorecer la mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos.

El Sistema Tributario, constituye un instrumento de la institucionalidad democrática al servicio de la seguridad jurídica, de la política, de la estabilidad y de la equidad social. Para ello, debe lograr el consenso en el diseño y aplicación del sistema, asegurando formas de mediación eficaces entre el poder político y la sociedad, de manera que impulsen el cumplimiento voluntario y la aceptación social de las cargas que implica aquel sistema (Reforma tributaria: ¿modernización o reforma estructural?). En definitiva, el sistema tributario en sí mismo, tiene que ser, un instrumento que facilite al máximo el cumplimiento voluntario masivo de los contribuyentes. Tiene que ser justo, equitativo, progresivo, y que se sienta como tal (Castillo, 2010).

Relación Jurídica Tributaria.

Se entiende por relación jurídica tributaria el vínculo jurídico surgido entre el sujeto activo (Fisco) y el sujeto pasivo (Contribuyente) en virtud de las normas que regulan la obligación tributaria. Según Blumenstein, (citado por Moya, 2009), la relación jurídica tributaria condiciona cada una de las obligaciones de los sujetos, dando lugar a una prestación jurídica patrimonial (relación de deuda tributaria) y a un determinado procedimiento para la fijación del impuesto (relación de determinación), afianzando así el carácter paralelo de dichas obligaciones.

Sin embargo, autores como Moya (2009) consideran que la relación jurídica tributaria es una obligación de dar y de hacer, es decir, pagar y declarar los tributos, fundamentada en el poder de imposición del Estado. Toda obligación jurídica nace de una relación jurídica, ya sea contractual o extracontractual, y sostiene que la relación jurídica tributaria es de orden personal, ya que es una obligación y no un derecho de carácter real. Entendiéndose doctrinariamente el impuesto real como aquellos que se prescinden de las condiciones personales del contribuyente e igualmente del total de su patrimonio, aplicándose el impuesto sobre una manifestación objetiva de riqueza aislada de la capacidad contributiva.

En conclusión se tiene que la obligación tributaria surge entre el estado y los sujetos pasivos, en cuanto ocurra el presupuesto de hecho previsto en la ley; y constituye un vínculo de carácter personal. En la relación jurídica tributaria según Moya (2009) existen cinco elementos: a) Sujeto Activo: es el acreedor del tributo, por excelencia es el estado, en virtud de su poder de imperio. b) Sujeto Pasivo: es el deudor del tributo, ya sea como contribuyente o responsable. c) El hecho imponible: es el hecho jurídico que origina o da nacimiento a la obligación tributaria. d) La materia imponible: se refiere a los productos, bienes y/o servicios, objeto de un gravamen. e) La base imponible: es la base de medición del tributo, considerada como la esencia del hecho imponible.

Sujetos de la Relación Jurídica Tributaria.

En la tributación existen dos sujetos: el estado u otra autoridad (acreedor del tributo) y el contribuyente (quien lo debe). Esta relación se configura como una obligación del contribuyente hacia su estado y se denomina obligación tributaria. En este sentido, tenemos una relación, la relación tributaria y dos sujetos: uno activo, que es el fisco y uno pasivo que es el deudor del tributo, es decir, el contribuyente.

Sujeto Activo.

Está representado por el estado, pues es quien tiene derecho a exigir el pago de los tributos. Para Moya (2009:175) “el sujeto activo de la obligación tributaria es el Estado, en virtud de su poder de imperio”. Conforme al Artículo 18 del Código Orgánico Tributario (2001) es sujeto activo de la obligación tributaria el ente público acreedor del tributo, es decir, la persona responsable de exigir el pago del tributo, según lo establecido en la normativa legal vigente, Asimismo, el sujeto activo es considerado por algunos tratadistas como el titular de la potestad de imposición.

En Venezuela el ente encargado de exigir el cumplimiento de la obligación tributaria es el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), el cual es un órgano de ejecución de la administración tributaria nacional, sin personalidad jurídica, posee autonomía funcional, técnica y financiera, se encuentra adscrito al Ministerio de Finanzas, y fue creado con el fin de mejorar substancialmente el sistema de recaudación tributaria y atacar la evasión fiscal. Actualmente este organismo cuenta con unidades receptoras de tributos internos y aduanales en todo el territorio nacional y es una de las principales fuentes no tradicionales generadora de ingresos al fisco nacional, diferente del ingreso petrolero.

Cuadro N°1

SENIAT

Interés	Misión	Objetivos	Actividades	Estrategias
1. Reducir al mínimo sus costos. 2. Distribución contrarrestada de bienes y servicios. 3. Comprimir y simplificar los trámites administrativos Incorporar al sistema de contratación y compras. 4. Incorporar instrumentos de modernización financiera del Estado que abarquen un plan para mejorar la adquisición de bienes y servicios.	1. Recaudar con niveles óptimos los tributos nacionales, a través de un sistema integral de administración tributaria moderno, eficiente, equitativo y confiable, bajo los principios de legalidad y respeto al contribuyente. 2. Busca el incremento de los ingresos no provenientes de la renta petrolera para modernizar la tributación del país a través de una conciencia y disciplina tributaria	1. El incremento de la recaudación tributaria de origen no petrolero. 2. La modernización del sistema jurídico tributario. 3. El desarrollo de la conciencia tributaria. 4. La mejora de la eficiencia y eficacia institucional.	1.Recaudación, fiscalización interna, aduanera y jurídica. 2.Sistema de Planificación, Coordinación y Control de Gestión. 3.Auditorías internas. Estudios fiscales. 4.La divulgación tributaria. 5.La formulación y el seguimiento de los planes tanto estratégicos como operativos de la institución.	1.Instrumentar los mecanismos de asistencia al contribuyente. 2.Reducir la morosidad tributaria. 3.Diseñar e implantar manuales de procedimientos tributarios. 4.Proyectar una imagen de alto perfil del servicio ante la opinión pública. 5.Desarrollar un programa de divulgación y educación tributaria. 6.Fortalecer el sistema profesional del recurso humano para disponer oportunamente de un personal idóneo, comprometido y competitivamente enumerado. 7.Evitar y sancionar el abuso de normas jurídicas que faciliten la evasión tributaria, además promover las Leyes Tributarias correspondientes con su respectivo reglamento.

Fuente: Bastidas (2015)

Asimismo, según Ministerio de Finanzas (2003), los Valores Corporativos que caracterizan el funcionamiento del SENIAT son los siguientes:



Diagrama N° 2. Valores corporativos del SENIAT

Fuente: Bastidas, (2015)

Con base en esos valores, el SENIAT como órgano de la Administración Tributaria desarrolla sus funciones. Entre ellas, la recaudación y la fiscalización. Además, está obligada a establecer y desarrollar un sistema de información y de análisis estadístico tributario, así como resolver los actos que sean necesarios para la correcta aplicación de las leyes impositivas que rigen la relación tributaria del contribuyente con dicho órgano.

El SENIAT como órgano del poder público nacional, encargado de la ejecución de la administración tributaria nacional, está sujeto al control, vigilancia y fiscalización por parte de la Contraloría General de la República, como órgano del poder ciudadano, cuyas competencias se orientan a la realización de auditorías, inspecciones y revisiones fiscales en los organismos y entidades sujetos a su control, con la finalidad de verificar la legalidad, exactitud, sinceridad, eficacia, economía, eficiencia, calidad e impacto de las operaciones y resultados de la gestión de los mismos.

Sujeto Pasivo.

El sujeto Pasivo es aquel sobre el que recae la obligación tributaria, es decir, quien debe pagar el tributo, según Moya (2009) el sujeto pasivo es el deudor de la obligación tributaria, ya sea por deuda propia (contribuyente) o por deuda ajena (responsable). Sin embargo explica que la ley establece quien es la persona obligada al pago del tributo, sea persona natural o jurídica, considerada contribuyente. La legislación venezolana establece que todos los ciudadanos son sujetos pasivos, puesto que así se desprende en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) en el artículo 133, el cual expone que “toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley”.

El Código Orgánico Tributario (2001) en su Artículo 19 señala que “es sujeto pasivo el obligado al cumplimiento de las prestaciones tributarias, sea en calidad de contribuyente o de responsable”.

Clasificación del sujeto pasivo

Contribuyente

Son considerados contribuyentes las personas naturales o jurídicas con deberes y derechos, ante el estado, en razón de los tributos. Un contribuyente, según Castillo (2010:12), “es aquel sujeto pasivo respecto del cual se verifica el hecho imponible”. Dicha condición puede recaer en las personas naturales, personas jurídicas, demás entes colectivos a los cuales otras ramas jurídicas atribuyen calidad de sujeto de derecho y entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y de autonomía funcional.

En la legislación venezolana se preceptúa que contribuyente es aquel quien realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. Se señala también que pueden ser contribuyentes por tener capacidad tributaria las personas naturales o jurídicas, comunidades de bienes, patrimonios, sucesiones indivisas, fideicomisos, sociedades de hecho, sociedades conyugales u otros entes colectivos, aunque estén limitados o carezcan de capacidad o personalidad jurídica según el derecho privado o público, siempre que la ley les atribuya la calidad de sujetos de derechos y obligaciones tributarias.

El contribuyente, según Castillo (ob.cit), es el consumidor del servicio, coproductor del mismo, resultado de su comunicación e interacción con el prestador; es el elemento clave del sistema pues sin contribuyente no hay servicio. En el caso de la administración tributaria el sujeto pasivo del tributo, es decir el contribuyente, es el sujeto de la obligación tributaria, pero en ciertos casos particulares la ley atribuye la condición de sujeto obligado a hacer efectiva la prestación, a personas distintas del contribuyente, que por

esa circunstancia, se suman a éste o actúan paralelamente a él o también pueden sustituirlo íntegramente.

El reconocimiento por parte del contribuyente del aumento de su participación en la fabricación del servicio, hasta la prestación, puede variar con la cultura del servicio, el contexto de la prestación del servicio y el tipo de relación de dominación que puede existir entre el contribuyente y la organización. Específicamente, en lo relativo a la cultura de servicio se puede afirmar que la interacción entre contribuyentes y prestadores del servicio está fuertemente influenciada por rasgos culturales, lo que se traduce como un evidente nivel de implicación del personal en contacto.

Responsable

Se refiere a los sujetos garantes del pago del tributo, por deuda ajena. Son designados por la ley o por la propia administración. En este grupo de sujetos pasivos responsables, se encuentran los agentes de retención y los agentes de percepción. Según Moya (2009) son sujetos pasivos que tienen el deber de cumplir con la obligación tributaria por deuda ajena. Tienen el derecho al resarcimiento una vez realizado el pago del tributo, ya sea por repetición, percepción, retención, entre otro.

El Código Orgánico Tributario (2001) define al responsable en su artículo 25 de la siguiente manera “responsables son los sujetos pasivos que, sin tener el carácter de contribuyentes, deben por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a los contribuyentes”. El Artículo 27 del Código Orgánico Tributario, establece que son responsables directos las personas designadas por la ley o por la administración previa autorización legal, como agentes de recepción o de percepción, ya sea por sus funciones públicas o por razón de sus actividades privadas, por lo que serán los únicos responsables ante el Fisco por el importe retenido o percibido. De no realizar la retención o percepción, responderá solidariamente con el contribuyente.

Agentes de Retención

Se refiere al sujeto pasivo designado por la ley o por la propia administración, encargado de retener una porción o la totalidad del impuesto, con la obligación de enterar y pagar al fisco nacional dicha retención. Castillo (2010) sostiene que los agentes de retención son los facultados para descontar el impuesto cuando se hace un pago gravable, con la obligación de depositarlo en un banco a la orden de la tesorería. Cabe destacar, que luego de haberse realizado la retención, el agente es el único responsable ante el fisco nacional de la porción o totalidad del impuesto retenido y de no realizar la retención responderá solidariamente con el contribuyente. En Venezuela la administración tributaria, representada por el SENIAT, publica en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, providencia mediante la cual dicta calendario de sujetos pasivos especiales y agentes de retención para aquellas obligaciones que deban cumplirse durante el ejercicio económico.

www.bdigital.ula.ve

Base imponible

El Informe para la reforma del Impuesto sobre Sociedades (libro blanco) citado por Gota (2003:5) define la base imponible en términos de "...la dimensión cuantitativa del hecho imponible". Adicionalmente señala el autor citado respecto a la definición de la base imponible referida al Impuesto sobre Sociedades", es una magnitud que mide la renta obtenida por el sujeto pasivo en el período de imposición" (Gota, 2003:5). En este sentido, corresponde al presupuesto de naturaleza jurídica o económica fijado por la Ley para configurar cada tributo y cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria. Es la medición o cuantificación del hecho imponible, en otras palabras, es el elemento establecido por el legislador para el cálculo o determinación del tributo.

Ante tal perspectiva, con la asunción del principio de renta mundial dentro de la Ley de Impuesto sobre la Renta de 1999 como criterio de atribución

ampliado a la renta gravable, en la actualidad, los elementos que conforman la base imponible para el cálculo de Impuesto sobre Sociedades lo constituyen los enriquecimientos netos de fuente territorial y los enriquecimientos netos de fuente extraterritorial. El enriquecimiento neto, es definido como los incrementos de patrimonio que se producen después de haber realizado la sustracción sobre los ingresos brutos de las partidas de costos, gastos y deducciones permitidas por la norma jurídica; además de la incorporación, de la renta neta territorial, positiva o negativa, proveniente del ajuste por inflación

Organización tributaria

En el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) venezolano, desde su creación en el año 1994, presenta una estructura organizacional piramidal apoyado en una serie de propuestas orientados en diversas oficinas para los sistemas de organización, de dirección, de comunicaciones organizacionales y de planificación del Servicio. Asimismo, se apoya en el área de recursos humanos con una serie de iniciativas, tales como: el diseño de mecanismos de selección de personal para el ingreso de funcionarios y del sistema de administración y capacitación de recursos humanos para la atención de forma efectiva y eficaz al contribuyente, garantizando el cumplimiento de su misión.

Si bien es cierto, la misión del SENIAT es recaudar con niveles óptimos los tributos nacionales, a través de un sistema integral de administración tributaria moderno, eficiente, equitativo y confiable, bajo los principios de legalidad y respeto al contribuyente, tal como lo establece el Artículo 316 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999):

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

elevación del nivel de vida de la población, y se sustentará para ello en un sistema eficiente para la recaudación de los tributos.

Es entonces donde se puede medir con base a la relación entre los resultados obtenidos (metas alcanzadas) y los insumos (recursos humanos, información, tecnología, entre otros) utilizados para el logro de dichos resultados en cada gerencia, división y área que conforma su estructura organizativa.

El Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) se ha establecido como uno de los propósitos más importantes el aumento progresivo de la recaudación de tributos al mínimo costo dentro de las normas jurídicas vigentes, sin embargo pensamos que disminuyendo los niveles de evasión y elusión fiscal conllevaría, como consecuencia, a un aumento en la recaudación.

Es por ello que se ha estado implantando un proceso de cambio utilizando diversas herramientas gerenciales, las cuales le han permitido integrar los avances alcanzados en el desarrollo de una cultura organizacional, sistemas de información y mejoramiento continuo a un proyecto de rediseño de procesos y valores dentro de una organización flexible. Además, como ente recaudador de los tributos, debe ofrecer a los contribuyentes una atención que permita una mayor fluidez al desarrollo de la actividad económica generadora de impuestos y al mismo tiempo, generar la información necesaria y recaudar los recursos que utilizará el Estado para planificar el gasto público que deberá financiar los servicios que la población solicita y espera del gobierno.

Es por ello que se establecen como actividades prioritarias la promoción del cumplimiento voluntario, la ampliación de la base de contribuyentes, la formulación de un marco legal apropiado que garantice el pago de obligaciones fiscales por parte del contribuyente, la implementación efectiva de los planes de fiscalización y presencia fiscal, y la continuación de la estrategia de asistencia al contribuyente que se viene desarrollando. Estas

tareas se ejecutan a la luz de un proceso de modernización que implica cambios en las áreas de sistemas, organización, control y por supuesto la fijación de índices que permitan medir el nivel de productividad de la organización, apoyado en una estructura organizacional que se muestra a continuación:

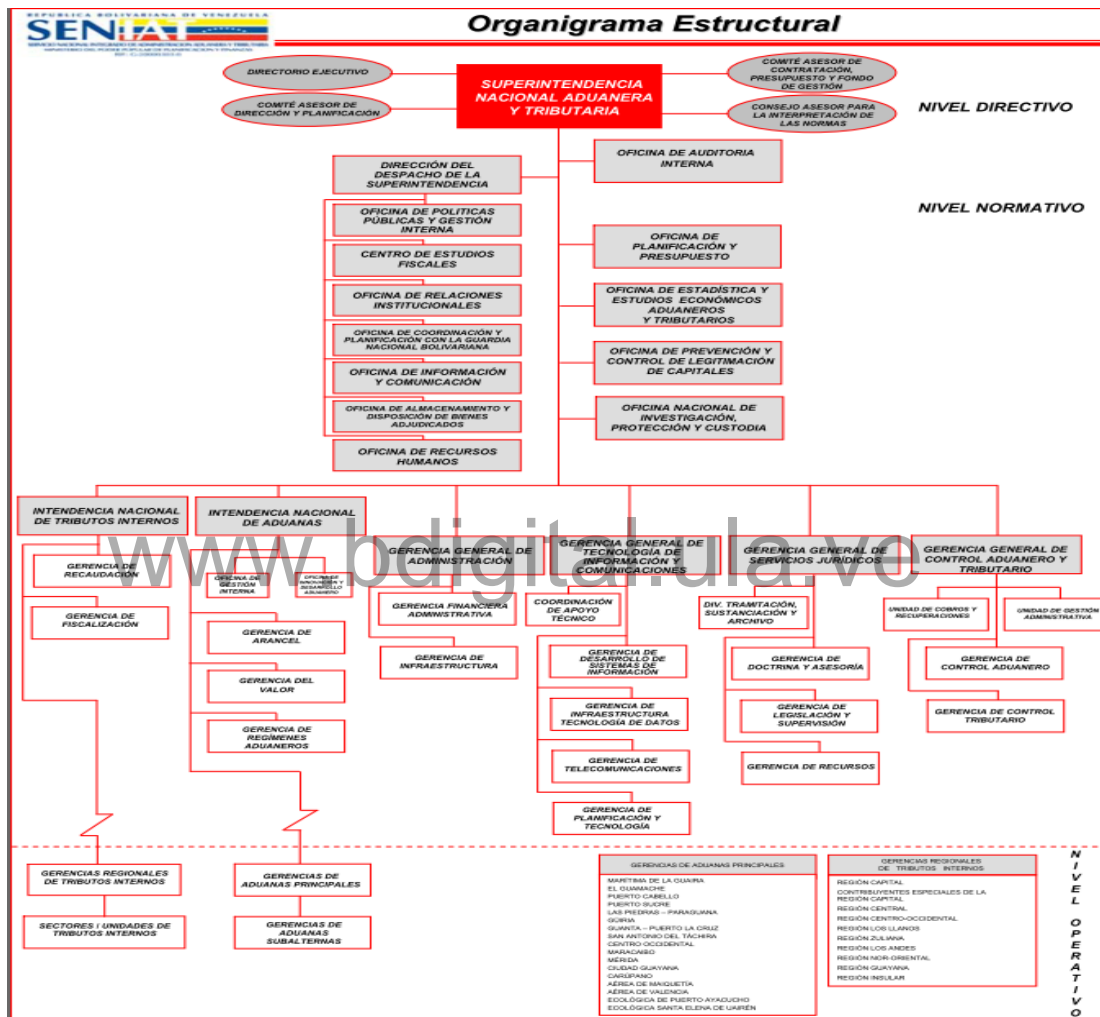


Figura 6. Organigrama del SENIAT

Fuente: SENIAT, (2013)

Servicios del SENIAT

Servicios prestados por la oficina de asistencia al contribuyente	Necesidades del sujeto pasivo	Expectativas del sujeto pasivo
<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada. • Atención telefónica. • Atención electrónica. • Orientación en materia tributaria. • Orientación en materia aduanera. • Orientación sobre declaraciones y trámites. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio personalizado y de buena calidad, accesible, cordial y educado. • Empatía, comprensión y solidaridad por parte del funcionario que presta el servicio, en cuanto a los problemas y solicitudes que el sujeto pasivo realice, sin que se hagan críticas, llamados de atención y regriminaciones. • Información sencilla, precisa, plena, confiable y consistente en cuanto a las normas tributarias. • Servicio claro, justo, imparcial y rápido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato del personal. • Adecuado comportamiento y expresión oral. • Conocimientos y experiencia por parte del funcionario prestador del servicio. • Información veraz y oportuna. • Atención, comprensión y solidaridad a sus solicitudes y reclamos. • Comodidad durante el tiempo de espera.

Fuente: Bastidas, (2015)

Satisfacción del contribuyente

Consiste en lograr satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes, considerando siempre que el cliente es la razón de ser de la organización. La satisfacción del contribuyente, según García y Gonzales et al. (2007:34), “es la comparación que establece éste entre la percepción de lo que se le entrega, el servicio o el producto como retribución al pago de sus impuestos y las expectativas que tenga al respecto”. De allí, la importancia fundamental

que tiene en el SENIAT, en este caso, el conocimiento de las expectativas de sus contribuyentes.

Algunas organizaciones creen conocer las expectativas de los clientes a través de sus propias percepciones, la información del personal interno de la organización o los comentarios de algunos de sus contribuyentes; el conocer las expectativas del cliente permite a la gerencia diseñar estrategias para satisfacerlas haciéndolas realidad. Pero como realmente se pueden conocer las expectativas y percepciones de los contribuyentes es a través de la investigación y el contacto sistemático con los mismos.

Necesidades del contribuyente

La gestión pública de la Administración Tributaria, constantemente se encuentra orientada en un espacio de retos y oportunidades, es allí donde el papel del recaudador constituye un aspecto fundamental que lo relaciona con los contribuyentes, hacia el otorgamiento de un servicio de calidad, con atención y orientación a los servicios prestados. En este sentido, los contribuyentes aspiran que la Administración Tributaria; les preste un servicio personalizado de buena calidad; accesible que se sientan informados sobre el contenido y alcance de las normas tributarias; que se les brinde información sobre sus derechos y obligaciones y que el servicio sea: claro, imparcial, cortés y rápido.

Ante tal perspectiva, todos estos elementos permiten generar una verdadera cultura de servicio, que mejore el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias y modifique la conciencia social sobre la importancia de la tributación. Para Fernández (2008:91) un usuario posee tres tipos de necesidades como lo son: las necesidades objetivas, explícitas y las expectativas. En relación a las necesidades objetivas el autor en cuestión (ob.cit:91) las indica como aquellas que generan seguridad, las implícitas son las referidas a la satisfacción y las expectativas son las destinadas a la percepción. Para efectos de la presente investigación se tomarán en cuenta los tres tipos de necesidades

Necesidades objetivas

En función de ello se hizo un análisis de las necesidades objetivas de los contribuyentes, quedando clasificadas de acuerdo a la investigación de la autora de la siguiente manera, para un contribuyente es necesario que la Oficina de Tributos le ofrezca: Un contexto amistoso. Esta necesidad está asociada al hecho de ser saludado en forma cortés y amable. En una época tan vertiginosa y hasta cierto punto violenta como la actual, un trato amable y cordial predispone a la persona para una mejor comprensión y trato. Por otra parte, comprensión y empatía. Los contribuyentes necesitan saber y sentir que sus problemas y sentimientos son apreciados y entendidos correctamente por los servidores de la Administración Tributaria que los atienden, sin que de por medio se le hagan críticas, llamadas de atención y recriminaciones o se emitan juicios sobre su comportamiento. Necesitan saber que alguien comparte sus problemas y que les brinda todo su esfuerzo para ayudarlo.

De igual manera necesitan justicia e imparcialidad, la cual se basa en el principio de que nadie debe ser tratado arbitraria y abusivamente y que todos deben ser atendidos por igual. Además, el contribuyente debe saber que los procedimientos responden a normas y criterios preestablecidos que deben ser cumplidos a cabalidad. Así mismo, le ofrezca opciones y alternativas, debido a que en muchos casos, los contribuyentes necesitan conocer y sentir que hay otras vías disponibles para lograr superar sus problemas y dificultades dentro del marco de las leyes tributarias siempre se requiere de una luz de esperanza frente a un problema. El desaliento propicia incumplimiento.

Aunado a ello, necesita información plena y confiable, para estar convencidos que se les ha brindado información segura y confiable sobre el tema de su interés. Una información mediatizada propiciará dudas e incertidumbre sobre el procedimiento a seguir en determinados casos, quejas posteriores. Como también procesos y sistemas modernos, los

contribuyentes necesitan percibir que la institución que los atiende está permanentemente en constantes cambios para brindarle un mejor servicio. Hay que trasmitirle no sólo con palabras sino también con hechos, que la Administración Tributaria, está preocupada en crear ambientes adecuados e innovaciones de tecnología para su atención eficaz.

Es innegable que necesita el contribuyente la presencia de un personal idóneo y predispuesto, el contribuyente espera que se le atienda con calidad. Esto significa que el personal de la Administración Tributaria sepa que lo más importante es atenderlo; es decir, que está predispuesto a brindar una atención de primera calidad y menor tiempo, los contribuyentes requieren de una atención rápida y efectiva, velocidad de respuesta frente a sus requerimientos, una mayor voluntad y ganas por quienes lo atienden.

Necesidades implícitas

El Código Orgánico Tributario establece en su Artículo 137, numerales del 1 al 7, que la administración tributaria para proporcionar la debida asistencia a los contribuyentes o responsables, tiene el deber expreso de difundir los recursos y medios de defensa que el contribuyente pueda hacer valer contra los actos administrativos de efectos particulares que los afecten. La Administración Tributaria puede definirse como una unidad administrativa que brinda al contribuyente información, asistencia y asesoría gratuita, de manera confidencial, sobre diversos temas fiscales Estatales y Federales, con el fin de que el contribuyente cumpla de manera correcta y oportuna con sus obligaciones fiscales.

El SENIAT, comprometido en mejorar la comunicación con los contribuyentes y la ciudadanía en general, ha implementado una serie de mejoras tendientes a establecer lo que se ha denominado el “Nuevo Servicio Central de Atención al Contribuyente”.

Cuadro N°2		
SENIAT		
Servicio Central de Atención al Contribuyente		
Principios	Servicio	Mecanismo
Atención oportuna. Respuesta efectiva. Trato equitativo. Respeto. Amabilidad. Puntualidad. Veracidad. Legalidad	Atención Telefónica: Atención a los contribuyentes en tiempo real. Horario: de Lunes a Viernes: 7:00 a.m. a 7:00 p.m.	08000-SENIAT (0800-736428).
	Atención Electrónica: Con la finalidad de solventar las dudas e inconvenientes en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y atender sus denuncias, quejas y reclamos.	Orientación: asiste@seniat.gob.ve Aduanera: asistenciaaduanas@seniat.gob.ve Consultas sobre Declaraciones y Trámites a través del portal: asistencia@seniat.gob.ve Denuncias: denuncia@seniat.gob.ve Sugerencia sobre el Portal Fiscal: webmaster@seniat.gob.ve Correos de anulaciones de declaración electrónica: Direcciones electrónicas por región.
	Atención Personalizada: Todas las Gerencias Regionales y Aduanas Principales cuentan con las Divisiones de Asistencia al Contribuyente, en la cuales un grupo de especialistas en materia tributaria y aduanera están a su disposición para orientarlo en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.	Divisiones de Asistencia al Contribuyente de todo el país la atención especial a las denuncias formuladas por los contribuyentes.

Fuente: Bastidas, (2015)

Expectativas del Contribuyente.

Las expectativas se crean comparando la calidad recibida con la calidad que esperaba recibir; de acuerdo a los ofrecimientos y/o promesas del servicio, contenidas en la publicidad, las palabras del vendedor, la comparación con la competencia, la opinión de otros usuarios, entre otros. Las expectativas, según Paúl et al. (2007:34), “se forman por efecto de las actividades inherentes a la asesoría tributaria, la comunicación directa, las preferencias del cliente contribuyente, derivadas de factores personales”

Para que el objetivo de alcanzar la satisfacción del contribuyente, sea compartido por toda la organización y llegue al personal de contacto, es necesario que exista una cultura de servicio. Es decir, una cultura organizacional en la que existe una valoración del buen servicio y en la cual, su prestación a los contribuyentes, es considerada como la forma de comportamiento natural y una de las normas más importantes. Cuando se produce un contacto físico de la organización con el comprador. Este contacto se produce en las siguientes circunstancias:

Contacto con el servicio: Fernández (2004), enumera las características principales del servicio en el momento en que el contribuyente toma contacto con el servicio y de esta forma conocer en qué aspectos se debe basar el más riguroso cumplimiento. En este caso, la satisfacción del contribuyente respecto del servicio prestado por parte de la autoridad tributaria, actitud y procedimiento en general.

Contacto Personal: las cualidades que identifican la personalidad de los individuos en lo que se refiere a la prestación de un servicio están formadas por su aptitud y su actitud. La aptitud agrupa a los conocimientos, experiencia y rasgos de carácter posiblemente apreciados en los procesos de selección. El contacto personal, según Fernández et al. (2004), “se apoya en cualidades básicas para la prestación de un servicio de calidad: es obligación, tanto del empleado como de la organización, mantenerlas, optimizarlas y adecuarlas

mediante los procesos de formación y selección correspondientes” (p.78). La actitud está formada por cualidades voluntarias del individuo, mediante las cuales puede modificar, matizar o resaltar sus rasgos de carácter, adecuando su conducta y modelos de comportamiento al mejor desempeño de sus funciones de trabajo.

Credibilidad: independientemente de la perfección que pueda llegar a alcanzarse, sostiene Fernández (2004), todas las organizaciones pueden llegar a tener claro que el servicio al contribuyente supone la base de su credibilidad y confianza. Ambas condiciones vienen dadas con base en la satisfacción que tengan los ciudadanos respecto del uso del dinero que ellos han erogado para pagar sus impuestos, así como el cumplimiento de los planes y políticas públicas.

Especificaciones: Se puede considerar que las especificaciones del servicio de la autoridad tributaria corresponden al campo exclusivo de la calidad técnica no al del servicio. Esto será así en el caso de que dichas especificaciones existan, estén perfectamente definidas y el contribuyente además tenga una idea muy clara de aquello que le conviene. Es decir, la satisfacción del cliente en cuanto a la organización de los procedimientos del servicio

Comportamiento: para la mayor parte de la gente tiene gran importancia el aspecto exterior de las personas. Esto incluye la forma de expresión y la honradez mostrada por el prestatario del servicio, que en este caso es la autoridad tributaria, por intermedio de los agentes de fiscalización y recaudación.

Forma de expresión: según Paúl et al. (2007:37), “inmediatamente después del aspecto externo, personal, el contacto se establece mediante la expresión oral”. El tono de voz y las palabras utilizadas por el empleado tributario, pueden proporcionar una cálida acogida o por el contrario enfriar o exacerbar las relaciones con los contribuyentes. Sin embargo, hay que tener en cuenta

que en la mayor parte de los casos las personas tienen menos conocimientos que los mencionados agentes de los que les está hablando; por lo tanto un estilo sencillo y claro ha de resultarles totalmente imprescindible para la comprensión de las explicaciones relacionadas con sus obligaciones formales y las posibles sanciones.

Atención a los reclamos: el tratamiento de las reclamaciones es, según Paúl (2007), probablemente el problema más dificultoso de la atención al contribuyente y conviene tener un procedimiento estándar para afrontarlo. El método más aconsejable para el citado autor, es el siguiente: mostrarse comprensivos, pero sólo por el hecho de que el contribuyente está molesto; no disculparse por la reclamación hasta que se está seguro de que la culpa es de la organización; escuchar sin interrumpir. Dejar que el contribuyente se desahogue; preguntar, para asegurarse de que son preguntas abiertas (empezar por preguntar qué, cuándo, dónde, cómo, quién o por qué); evitar las preguntas cerradas que provocan un sí o un no como respuesta. Asimismo, aclarar los hechos. No excusarse ni justificar lo sucedido; llegar a un acuerdo sobre la forma de actuar que sea aceptable para ambos. También, asegurarse de que se actúa según lo convenido, mantener al contribuyente informado de lo que está sucediendo.

Percepción del contribuyente.

La percepción es la manera de cómo los clientes valoran la calidad del servicio y su grado de satisfacción, es considerada como un factor clave para evaluar las expectativas del usuario en cuanto al servicio prestado. Percepción, según Albrech et al. (2000:89), “es la capacidad de organizar los datos y la información que llega a través de los sentidos en un todo, creando un concepto”. Ésta varía de acuerdo a qué experiencia y a qué aprendizaje previo tenga el observador. Las percepciones son el nivel de servicio (o prestaciones) que el contribuyente estima o percibe haber alcanzado tras

cumplir con sus deberes formales. Los aspectos que influyen sobre la persona que percibe el servicio son:

Imagen del servicio: Desde ese punto de vista, la percepción, es toda la información y los estímulos que se captan por los sentidos, más aquellos aspectos que influyen en la forma de percibir, generan la elaboración de un concepto sobre el objeto observado como una totalidad. Conociendo estos elementos, se observa que cuando un contribuyente acude al SENIAT o bien recibe la visita de fiscalización, su percepción dependerá de una serie de aspectos, tales como la atención que recibe, su conformidad con la información, así como con que el monto a pagar esté ajustado a su capacidad impositiva, servirán para organizar como un todo en la mente del contribuyente, elaborando así un concepto sobre las funciones de recaudación y fiscalización.

Cultura tributaria: la cultura tributaria, es entendida como el conjunto de imágenes, valores y actitudes de los individuos sobre el tema de los impuestos y el conjunto de prácticas desarrolladas a partir de estas concepciones, permite rehacer el marco de interpretación que ponen en juego los ciudadanos respecto a este tema en relación con las políticas oficiales.

Cambios en el servicio: los recursos obtenidos de la recaudación impositiva tienen como destino, el financiamiento de obras de interés social. En virtud de ello, los contribuyentes deben percibir si a partir de la aplicación del mismo, ha habido mejoramiento de los servicios públicos y si la forma como se está utilizando ese dinero en satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

Alcances: conocer al contribuyente supone saber lo que aprecia para así poder ajustar convenientemente los objetivos y la aplicabilidad de las políticas de fiscalización y recaudación. Uno de los resultados esperados según Moya (2004), con las políticas fiscales, es que el contribuyente se

encuentre satisfecho con los medios y servicios provistos directamente por SENIAT o a través de terceros, y cuente con las facilidades para cumplir con sus obligaciones al menor costo indirecto posible. Los aspectos enunciados anteriormente, referidos a la percepción del contribuyente se resumen en el siguiente diagrama:



Diagrama 5. Aspectos que influyen sobre la percepción
Fuente: Bastidas,(2015)

Existen varios factores clave que a juicio de García y González (2007), dan forma a las expectativas de los usuarios:

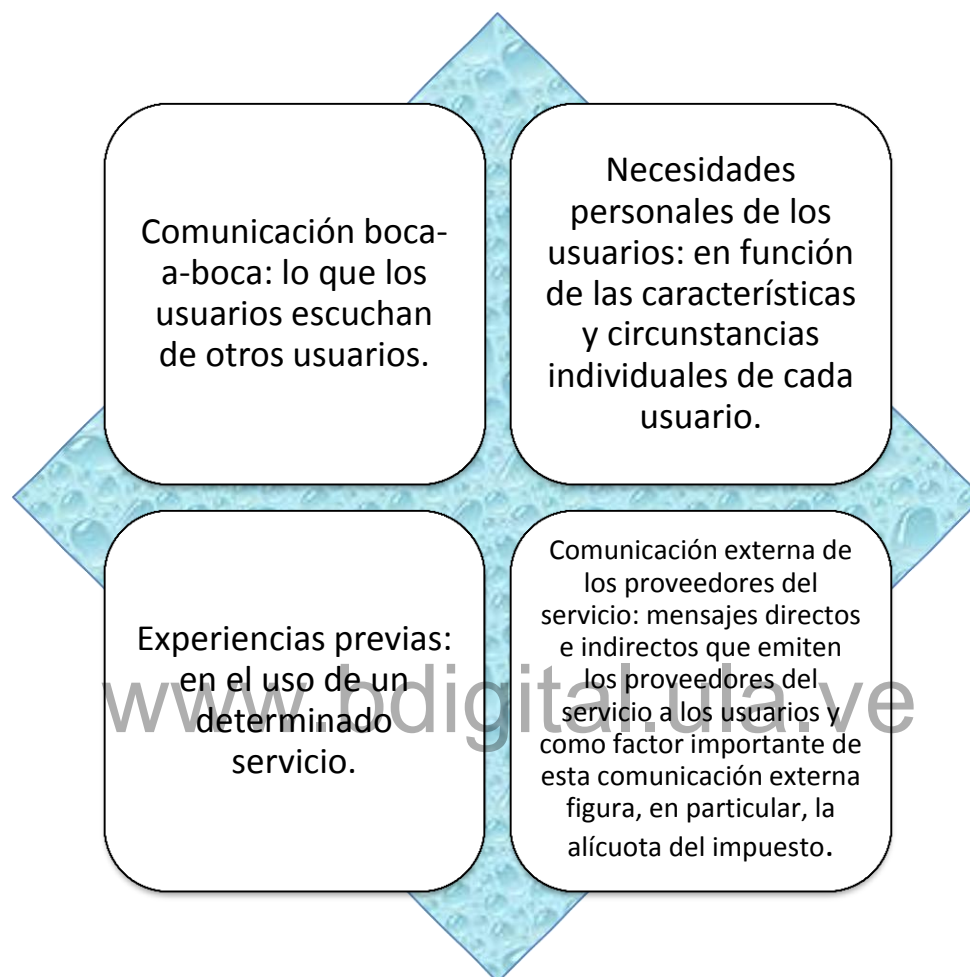


Diagrama 6. Expectativas y percepciones de los contribuyentes

Fuente: Bastidas, 2015

Por consiguiente, tan importante o más que la propia identificación del servicio proporcionado es la identificación del contribuyente: usuario ciudadano que consume el servicio. De esta manera, la satisfacción del contribuyente se va definiendo en las diferentes fases de la aplicación de la política. En el proceso de valoración que sigue el contribuyente influyen dos variables fundamentales: sus expectativas y sus percepciones.

Cultura tributaria

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, actitudes y conocimientos adquiridos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación, con observancia de las leyes vigentes que rigen la conducta del ser humano, como sujeto capaz de ejercer y responder ante las obligaciones tributarias que del mismo devenga, es decir, este comportamiento debe ser visto no tanto como una obligación sino más bien como el deber de coadyuvar en función de resolver las necesidades de un país.

Según las autoras Armas (2009:148) definen la cultura tributaria como “el conjunto de conocimientos, valoraciones, actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación”. Asimismo, es un campo de las representaciones sociales sobre la relación Estado-sociedad que ha sido poco explorada por las ciencias sociales, de acuerdo a lo expresado por está referida al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes de un determinado grupo social. La cultura tributaria es indispensable en toda sociedad, puesto que es la manera de vivir juntos, moldea el pensamiento, la imagen y el comportamiento, de manera que el sujeto pasivo pueda cumplir de manera voluntaria con las obligaciones tributarias.

Para llegar a esto, debe lograrse una educación tributaria en todos los estratos sociales en modo de fortalecer aspectos importantes en un ser humano como lo son las creencias, actitudes, comportamientos y conocimientos acerca de los deberes pero también de los derechos que otorgan las leyes en materia tributaria. Los elementos de la cultura tributaria están representados por: valores, normas legales y sanciones, símbolos y tecnología.

Servicios Vs Función pública

La función Pública es, por una parte el modelo genérico de cómo se denominan las tareas que desempeña el funcionario; es además, de modo

específico, el ensamble de normas del derecho público o régimen jurídico aplicable al funcionario y, por ultimo; es el término con el que se conoce a la relación de empleo público entre funcionarios y administración.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) se refiere a la Función Pública. (En el Capítulo I del Título IV, dedicado al poder público en los artículos 144 al 149), como “la relación de empleo público con la administración pública y más especialmente el conjunto de normas y reglas que se aplican a esta relación”. Por su parte, la Ley de Estatuto de la Función Pública es evidentemente recipiendaria de tal concepción, pues señala que ella contiene y constituye el conjunto de normas que “regirá las relaciones de empleo público entre los funcionarios y funcionarias públicas y las administraciones públicas nacionales, estatales y municipales” (Artículo 1 de la Ley de Estatutos).

Es importante acotar que la dirección de la función pública a nivel nacional es ejercida fundamentalmente por el Ejecutivo Nacional. En el ámbito Estatal y Municipal por parte de los Gobernadores y Alcaldes. Mientras que en los institutos autónomos la misma será ejercida por sus máximos representantes; todo ello de conformidad a lo dispuesto en el artículo 4, en concordancia con el artículo 5 de la Ley de Estatuto de la Función Pública de Venezuela.

No hay que descartar que en cada uno de los órganos de la Administración Pública, exista una oficina de Recursos Humanos, la cual se dedica a ejecutar la gestión de la función pública, y por ende hacer acatar las normas y decisiones emanadas de los órganos pertinentes, las cuales son ejercidas por los funcionarios públicos.

Según Córdova y Alvarez (2008:72) un funcionario público es “toda persona que realiza o contribuye a que se realicen las funciones propias de la administración pública, abarcando las funciones que realicen cualquiera de los tres poderes”. Conforme a esta definición es la índole de la actividad que realizan, por ello, los elementos que sirven para conceptuar al funcionario

público son la investidura especial y legal de la persona que habrá de desempeñarla función pública, el desempeño voluntario de la función, permanencia en la función pública e integración de una jerarquía administrativa

De acuerdo con el Artículo 3 de la Ley del Estatuto de la Función Pública (2002) un funcionario público “es toda persona que en virtud de nombramiento expedido por la autoridad competente desempeña en el ejercicio de una función pública”, y se conserva la clasificación y noción de los funcionarios de carrera o de libre nombramiento y remoción. Define los conceptos de funcionarios de alto nivel y de confianza. No establece las excepciones que tenía la Ley de Carrera Administrativa, que excluía de su aplicación (Artículo. 5) a los miembros de las Fuerzas Armadas Nacionales; a los cuerpos de seguridad del Estado; al personal directivo, académico, docente y de investigaciones de las Universidades Nacionales; entre otros.

Por su parte, el Artículo 3 de la Ley contra la Corrupción (LCC,2012) define al funcionario público a

Quienes estén investidos de funciones públicas, permanentes o transitorias, remuneradas o gratuitas originadas por elección, por nombramiento o contrato otorgado por la autoridad competente, al servicio de la República, de los estados, de los territorios y dependencias federales, de los distritos, de los distritos metropolitanos o de los municipios, de los institutos autónomos nacionales, estatales, distritales y municipales, de las universidades públicas, del Banco Central de Venezuela o de cualesquiera de los órganos o entes que ejercen el Poder Público.

Dentro de las múltiples definiciones existe un punto de convergencia al indicarse, que la característica relevante del funcionario público es la de aquella persona que desempeña una Función Pública. En este orden de ideas se tienen algunas definiciones indicadas por la doctrina, a las cuales se hace referencia de seguidas: Según lo expuesto por Chapus, R. (1992) citado por Kiriakidis, (2003: 126), quien indica que desde el punto de vista

administrativo, no puede sino entenderse por funcionario el agente público titular, o bien el agente público que ha sido titularizado en uno de los grados de la Función Pública.

También De Labaudère, (1992) citado igualmente por Kiriakidis, (2003:126), indica que la noción de funcionario está reservada a una especial categoría de agentes públicos (entendiendo por agentes públicos al personal al servicio de la Administración Pública sometidas a normas de Derecho Administrativo) que se encuentran sometidos tanto a las reglas que de modo general se aplican a los agentes públicos como a un especial y particular cuerpo de reglas, a las que de modo especial se denomina Función Pública.

En lo que se refiere a la opinión de Kiriakidis, J. (2003:128) ha concordado con lo que dispone la LEFP en cuanto a lo que debe entenderse por funcionario público, e indica que es toda persona natural que en virtud de nombramiento expedido por autoridad competente, se desempeñe en el ejercicio de una función pública remunerada, con carácter permanente.

Luego concluye que los funcionarios públicos son servidores públicos incluidos en la Función Pública. Por su parte, Rondón, (2003, 23), para referirse a la Función Pública, utiliza la expresión de cargo público, e indica, que es una esfera de competencias, atribuciones, deberes y derechos de una organización; siendo por lo tanto, el funcionario público considerado genéricamente, el sujeto de la función pública, comprendiendo a todos ellos cualquiera sea su orden, calidad o situación.

Por su parte, Urosa, (2003,11), indica que la Función Pública corresponde a toda aquella labor realizada por los funcionarios que según la ley han sido investidos de tal cualidad, a través de las cuales se realizan las actividades que corresponden a los entes públicos que conforman el Estado; y expone que tal denominación de funcionario público se les da a esas personas que actúan ejerciendo la Función Pública; y dice la citada autora como noción amplia que el funcionario público es la persona encargada de

ejercer una Función Pública por cualquier título o condición. Y en su sentido estricto, es aquél sujeto que es titular de un cargo público.

Al referirse a la incompetencia como vicio del acto administrativo, Brewer, (1975, 47) hace distinción entre funcionarios iure y funcionarios de hecho, e indica que el primero es aquél que tiene un título legal y está investido con la insignia, el poder y la autoridad del cargo; y que el funcionario de hecho es aquella persona que, aunque no es legalmente un funcionario, está sin embargo, en posesión y ejercicio de un cargo.

De este modo, la doctrina e incluso la jurisprudencia - antes de la entrada en vigencia de la Ley del Estatuto de la Función Pública (LEFP) incorporó la tesis donde se consideró que funcionario público es toda persona que hubiese ingresado a la Administración Pública aún sin haber cumplido para ese entonces, con los requisitos establecidos en la Ley de Carrera Administrativa. Esto viene dado por la situación de los llamados funcionarios de hecho que fue objeto de múltiples estudios y sentencias que dieron como resultado el reconocimiento de los mismos en su condición de funcionario público.

Así se verifica, en diversos criterios entre los cuales se encuentra el indicado por la Corte Primera Contencioso Administrativo, la cual en sentencia de fecha 11 de agosto de 1980 definió como funcionario público, a toda persona que ejerce funciones públicas en una entidad pública independientemente del procedimiento contractual que haya utilizado para ingresar a la función pública.

Cultura Tributaria del Servicio

Kotler (2006), la cultura es sin dudas uno de los aspectos que todos los administradores buscan consolidar en sus organizaciones para consolidar una cultura de servicio, para que allá cultura un grupo determinado de personas deben compartir creencias y valores; es aquí en donde el tema de cultura tiene que ver con servicio ya que para que los trabajadores de una

organización tengan una cultura en servicio al cliente compartiendo valores comunes que vayan en esa dirección. Los valores deben ser definidos por la empresa en función de su misión, sin embargo existen valores que son universales ya que pueden ser aplicados a cualquier tipo de organización. El paso siguiente tiene que ver con la forma en cómo los trabajadores adoptará dichos valores, cada organización es diferente, sin embargo será sensato definir algunos puntos relacionados a este tema.

1.- Las áreas del Talento Humanos deben velar por trabajar con base en los valores, esto significa que la contratación de nuevos trabajadores se deben desarrollar con base en este enfoque. Si se logra contratar personal con valores similares a los valores que la cultura desea implementar el trabajo está hecho en más de un cincuenta por ciento.

2.- En caso de transformar la cultura hacia los nuevos valores, las organizaciones deberán sopesar el proceso que seguirán. ¿Se invertirá en los trabajadores que se tienen o será necesario prescindir de ellos? Esto solo las empresas lo pueden definir. Lo que sí es claro es que invertir en personal que no reúne los requisitos para los nuevos valores podría ser derrochar recursos.

3.- Las organizaciones deben emprender programas de capacitación y formación en valores, los talleres prácticos y vivenciales buscan lograr los resultados deseados. Ayuda mucho en esto definir a priori las conductas esperadas para cada uno de los valores y con base en ello diseñar las estrategias de formación en valores.

4.- Algunas estrategias sugeridas podrían ser: Crear material de ayuda, tal como revistas, historietas o librillos, por medio de los cuales se vivencien experiencias en valores que la empresa desea reflejar. Crear murales de valores, por medio de pizarras en donde se coloquen informaciones sobre

valores. Aprovechar actividades de extensión empresarial en comunidades, por medio de las cuales los trabajadores se sensibilicen en valores.

Características de la cultura de servicio

Según Kotler (2006) uno de los paradigmas que normalmente se toma al hablar de cultura de servicio consiste en pensar que el éxito de un buen servicio al cliente se circunscribe al prestador del servicio; esta reflexión pretende abordar los diferentes elementos que componen el servicio al cliente a partir de allí se proponen alternativas que permita pensar en una cultura de servicio orientada al cliente. A continuación se describen los elementos que componen la cultura de servicio

Confianza en la cultura de servicio

La confianza es uno de los motores que debe estar presente en toda relación, tanto familiares, laborales, y por supuesto, la relación cliente-proveedor no queda fuera, es necesario cuatro aspectos que deben cultivarse para lograr la confianza. El primero es, Ser sincero, la confianza se cultiva, por lo tanto las acciones que la generan deben considerarse a largo plazo resolver algo momentáneo desde el engaño destruye la confianza a largo plazo. El segundo aspecto es ser eficiente, entendida la eficiencia como contar con las competencias adecuadas para la tarea encomendada.

Asimismo el tercer punto es ser efectivo, la efectividad en cambio, no se relaciona tanto con las capacidades sino con los resultados demostrados a lo largo del tiempo puede ser un profesional muy bien preparado, pero a la hora de actuar, no logra un buen resultado. Finalmente el cuarto aspecto es ser parte tiene que ver con el involucramiento de la persona con la otra parte en la relación. Cuánto sientes que quieres establecer esa relación con tu cliente, más allá de la transacción misma el objetivo es a largo plazo y la confianza no se logra de la noche a la mañana.

Cultura en el servicio

Para Kotler (2006:144) la satisfacción “es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de beneficios previas”, si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho, si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. Siguiendo el mismo orden de ideas, Grande (2000: 345) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”. Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:

$$\text{Satisfacción} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas}$$

Lo importante en relación a los planteamientos antes descritos, es que aunque la satisfacción del cliente es un parámetro que parece sencillo de determinar por depender básicamente de dos aspectos (expectativas y percepciones) es bastante complejo, ya que involucra la manera como las personas perciben la calidad, lo cual lleva inmersos un sin fin de aspectos psicológicos que varían de cliente en cliente, incluso cuando se trata de prestar un mismo servicio. Por otra parte, es importante resaltar que este es un parámetro al que las organizaciones están dando mayor importancia cada día, por ser el que les permite visualizar cómo están posicionadas en el mercado y diseñar estrategias que las conduzca a abarcar una mayor porción del sector donde se desenvuelven.

Dada la importancia que posee la satisfacción del consumidor para la estrategia de marketing, este es un parámetro que ha sido estudiado tanto desde el punto de vista académico, como por parte de muchos profesionales en el área. Al Kotler (2006), expone que existen diversos métodos para medir la satisfacción del cliente, entre los cuales destacan encuestas regulares, seguimiento del índice de abandono de clientes, entre otros.

En el mismo orden de ideas, tal como lo plantean Walker et al (2005), para que las medidas de satisfacción al cliente sean de utilidad; deben considerar dos aspectos: Las expectativas y preferencias de los clientes respecto a las diversas dimensiones de calidad de producto y servicio. Las percepciones de los clientes acerca de qué tan bien está satisfaciendo la compañía esas expectativas.

Por último, se debe hacer referencia a que la calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente y para ello es esencial medir tres aspectos: Expectativas del desempeño y calidad, Percepción de desempeño y calidad Brecha entre las expectativas y el desempeño. Sin importar cuál es el método utilizado para medir la satisfacción del cliente, lo verdaderamente importante es que este parámetro sea estudiado de forma continua, por tratarse de una variable que constituye la principal fuente para crear lealtad, retener clientes y definir estrategias acordes con un mercado que cada vez es más exigente y cambiante.

Asimismo, al momento de definir el método o forma de medición, las organizaciones deben tener presente que se trata de un proceso complejo, por estar involucradas las expectativas y percepciones que tiene el consumidor con respecto al servicio; aspectos estos que dependen en gran parte de la psicología del cliente, así como sus necesidades y exigencias particulares.

Buenas prácticas en el servicio

Para kotler (2006) Todo cliente merece recibir un buen servicio en todos los aspectos, tanto a nivel de trato como de producto adquirido, para brindar una correcta atención existen prácticas necesarias durante todo el proceso del producto o el servicio que se ofrece. Esto se conoce como las buenas prácticas del servicio al cliente, las cuáles son muy variadas y aplican según el servicio y el producto ofrecidos y según el tipo de organización.

Es muy útil conocer las buenas prácticas y querer aplicarlas, pero para lograr la implementación de las mismas, se debe tener presente que la clave de inicio está en manos de la dirección de la organización; es decir, si muestra compromiso al respecto, las buenas prácticas en el servicio al cliente no podrán desarrollarse, debido a que si no hay motivación en la alta jerarquía no se puede esperar que en los empleados exista, por ende las actividades necesarias no se van a realizar de la mejor manera, en otras palabras se debe predicar con el ejemplo”.

Otro aspecto importante en relación con las prácticas, es que tienen que implementarse de manera que no solo se apliquen y queden dentro de la empresa, sino que impacten al cliente, se deben tener muy claros los objetivos, la misión y los valores de la empresa, basados fundamentalmente en el cliente y en el progreso de la organización.

Políticas en el servicio

La Política de Atención al Cliente les comunica a los clientes lo que pueden esperar de su organización en términos de servicio, si sus clientes tienen claro lo que pueden esperar, habrá menos probabilidades de que se sientan defraudados. Las Políticas de Atención al Cliente no sólo son confeccionadas como un documento de lectura (desafortunadamente muchos cliente no las leen y luego surgen los malos entendidos). Sobre todo es una guía para que la organización dirija sus acciones para dar un mejor servicio

Educación en el servicio

Enseñar a los empleados como debe ser el trato al cliente para poder suministrar un buen servicio, es importante que se dé a los miembros de un equipo suficiente información sobre el servicio al cliente en diferentes situaciones para que no se queden sin saber qué hacer ante un imprevisto, es necesaria y será la clave para una buena atención al cliente Escuche a

sus clientes. Póngase por un momento en el papel del cliente, tendrá que reconocer que es bastante molesto explicar sus necesidades a alguien para que le aconseje y tener que repetir lo mismo varias veces porque no le prestan atención.

La Educación tributaria es más trascendental es lograr que la cultura individual tenga una expresión colectiva, de manera que los individuos como grupo social no van a emitir un juicio interno de su propia conducta, si no que van a juzgar la de los individuos que integran el grupo, que comparte sus valores, creencias, principios y conducta en el cumplimiento de sus obligaciones en la sociedad. López et al. (2003:25), expresa que “la formación de la cultura tributaria debe iniciarse desde muy temprana edad en la persona, donde la educación juega un rol importante, para que este adquiera la creencia firme de cumplir con sus obligaciones tributarias en el futuro”

www.bdigital.ula.ve

Cuadro 4 Operalización de las variables

Objetivo general: Analizar la cultura de servicio en la administración tributaria para la satisfacción de las expectativas del contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo				
Objetivos específicos	Variables	Dimensión	Indicador	Items
Identificar los elementos en la cultura en el sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del Sector Tributos Internos del Municipio de Boconó del Estado Trujillo.	Credibilidad como cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo	Cultura en el servicio	Confianza	1,2
			Satisfaccion	3,4
			Prácticas	5,6
			Políticas	7,8
			Educación	9,10
Caracterizar las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó Trujillo.		Satisfaccion de expectativas	Contacto personal	11,12
			Credibilidad	13,14
			Reclamos	15,16
			Imagen	17,18
			Alcance	19.20
Proponer lineamientos para el fortalecimiento de la cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos Trujillo.				

Fuente: Bastidas (2016)

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se especifica el tipo de investigación que oriento el estudio, el diseño, la población, muestra, instrumento para la recolección de la información, validez, confiabilidad y técnicas para el análisis de resultados. Para ello, se explica tipo y diseño de la investigación, población y muestra, fuentes de información que aportaron los datos; así como también la técnica e instrumento de recolección de información, al igual que la validez del instrumento.

Tipo de Investigación

El presente estudio está basado determinar la Cultura del Servicio. En este sentido la investigación es de campo, con carácter descriptivo. Ahora bien la investigación de campo es definida por Hernández y otros (2012), como aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador, consiste en la observación, directa y en vivo de cosas, comportamiento de personas, circunstancias en que ocurran ciertos hechos; por este motivo la naturaleza de las fuentes determina la manera de obtener los datos.

Las técnicas usualmente utilizadas en el trabajo de campo para el acopio de material son: la encuesta, la entrevista, la grabación, la filmación, la fotografías, entre otras, de acuerdo con el tipo de trabajo que se está realizando, puede emplearse una de estas técnicas o varias al mismo tiempo. Es conveniente señalar, que la investigación descriptiva según Hernández, S. y Otros. (2012), tiene como propósito describir situaciones y eventos que

busca especificar las oportunidades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Por otro lado es definida por Hurtado (2012:223), como aquella que pretende “lograr la descripción o caracterización del evento de estudio dentro de un contexto particular” Su finalidad es caracterizar completamente el evento de estudio y enumerar sus particularidades, describir su desarrollo a los procesos de cambios y clasificar eventos dentro de un contexto, además de construir la base y el punto de partida para estudios de mayor profundidad.

Diseño de la Investigación:

En referencia al diseño de la investigación, Ballestrini (2008:131) expresa que: “Un diseño de investigación se define como el plan global de investigación que integra un modo coherente y adecuadamente correcto, técnicas de recogida de datos a utilizar, el diseño de una investigación intenta dar de una manera clara no ambigua respuestas a las preguntas planteadas en la misma.

De esta manera, se desarrollan las pautas a seguir para obtener los datos objeto de análisis, propuestas y resultados, los cuales proporcionan una respuesta a las necesidades planteadas en el proyecto. Por lo tanto, la investigación es no experimental, ya que en ella no se precisan modificaciones en las variables de estudio

Población

La población, la define Hernández y otros (2012:15), como “el conjunto integrado por todas las mediciones u observaciones del universo de interés en la investigación; por lo tanto pueden definirse varias poblaciones en un solo universo, tantas como características a medir”. A los efectos de este trabajo, la población la comprende un total de 2096 contribuyentes según la oficina de liquidación de la alcaldía del municipio Boconó estado Trujillo,

Muestra

Dado lo inaccesible de la población para ser consultada por la investigadora, después de haber situado el universo de estudio y con ello el campo de investigación, se descarta la posibilidad que la recogida de los datos se efectúe individualmente sobre todas las unidades que conforman la población, por tal motivo se requiere introducir algunas técnicas de muestreo, a objeto de definir la muestra dentro del estudio. Visto así, Hernández Sampieri y otros (op.cit:212) define la muestra como “un subgrupo de la población, es decir a un subgrupo de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”, en este sentido se aplicará un muestreo aleatorio en la cual “todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogido”.

Para hallar el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula de Sierra (1979:178) citado en Chávez, N (2007:166) con del 10% de error, de donde

$$n = \frac{4 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2 (N-1) + 4 \cdot P \cdot Q} =$$

Para lo cual

n= es el tamaño muestral que se calculará

40 es una constante

P y Q son probabilidades de éxito y fracaso que tiene un valor del 50% por lo que P y Q = 50

N= el tamaño de la población

E² = es el error seleccionado por la investigadora

$$n = \frac{4.50.50.2096}{10^2 (2096-1) + 4.50.50} =$$

$$n = \frac{10.000.10157}{100 (2095) + 10000} =$$

$n = 99,57 = 99$ contribuyentes

En tal sentido la muestra en estudio corresponderá a 99 contribuyentes Municipio Boconó del estado Trujillo.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

De acuerdo con el diseño de investigación, se considera conveniente utilizar la técnica encuesta, debido a que se hace necesaria la interacción entre el investigador y los informantes clave. La encuesta según Hurtado (2012:427) es una técnica “basada en la interacción personal y se utiliza cuando la información requerida por el investigador es conocida por otras personas, o cuando lo que se investiga forma parte de la experiencia de esas personas”. La aplicación de dicha técnica obedece a la necesidad de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos.

Como instrumento de ésta técnica se selecciona el cuestionario que “es el medio que le brinda la oportunidad al investigador de conocer lo que se piensa y dice del objeto de estudio, permitiéndole determinar, con los datos recogidos, la futura verificación de los objetivos”. Este cuestionario se elabora en formato de escala de actitudes, que permite según Hurtado (ob. Cit:478) “medir opiniones de un determinado grupo mediante la presentación de preguntas o afirmaciones”

Validez del instrumento

Según Hernández y otros (2012:347), la validez “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”. Se utilizará como método la validez de contenido, que se refiere “al grado en que un instrumento refleja el dominio específico de contenido de lo que se mide”. Para ello se elabora el sistema de la variable con sus respectivos indicadores, los cuales sentaron las bases para el diseño del instrumento. Luego se consulta con un panel de expertos los cuales emitirán su opinión positiva respecto de la validez del mismo.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:

Un instrumento de recolección de datos está representado por los recursos del cual se puede valer para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información de manera de poder analizar el objeto en estudio. Por lo que, Arias (2007:53), menciona que “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”.

Los datos suelen ser recogidos directamente a partir de la realidad, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa, asimismo existen datos que ya han sido recogidos y muchas veces procesados, por otros. Cabe destacar, que la experiencia presenta ambos tipos de datos, entre las técnicas se encuentra la observación por ser fundamental en todos los campos de la ciencia. Según Hernández y otros (2012), la observación consiste en el registro sistemático, cálido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas.

Conjuntamente se aplicara como instrumento, el cuestionario, como medio para obtener la información, el cual se estructurará con preguntas cerradas de escala tipo Likert, en correspondencia con las alternativas de respuestas: Siempre, Casi siempre, Algunas veces, Casi nunca, nunca. Esta escala desarrollada en 1932, también denominada Método de rangos

sumatorizados, aún es considerada como una de las escalas más flexible y popular para la medición de actitudes.

De allí que Hernández (2012), lo considera como en un conjunto de afirmaciones, juicios y preguntas frente a la cual la persona expresa su reacción, los ítems califican el objeto actitudinal, para ello, se ubica en uno de los puntos que se le presentan en un continuo, dicho continuo varía entre una máxima favorabilidad hasta una máxima desfavorabilidad. Considerando lo expuesto, se destaca que el cuestionario servirá para recolectar la información y conocer los resultados. En primer lugar, será sometido a la prueba de validez de contenido, mediante el juicio de expertos, en este caso se seleccionarán tres (3) especialistas profesionales; un (1) experto tributario, un (1) experto en gerencia empresarial y un (1) metodólogo.

Validez del instrumento

La presente validación, servirá de guía para hacer las respectivas correcciones del instrumento en cuanto a su estructura, número de ítem y contenido, presentándose un nuevo cuestionario, el cual será utilizado para aplicar la respectiva prueba piloto a una muestra similar al objeto en estudio, el cual estará aislado de la muestra y no formará parte de la misma. Seguidamente, se realizará la confiabilidad del instrumento, a través de la presentación estadística mediante la técnica de Alpha de Cronbach, tratamiento que será utilizado en la medición del constructor del instrumento, de tipo escalar, donde no existirán respuestas correctas e incorrectas

La validez según, Hernández y otros (2012:349) se refieren “al grado en que un instrumento es verdad y mide la variable que pretende medir”. La validez constituye una estrategia fundamental para establecer la coherencia del instrumento con los objetivos planteados, las dimensiones y los indicadores previamente establecidos. En el estudio se aplicó la estrategia validez de contenido a los instrumentos diseñados, la cual consistirá en la consulta de expertos en el tema tratado con el fin de establecer la

interrelación de cada ítem del instrumento con las variables, dimensiones y los indicadores.

Para emitir sus juicios se diseñó una guía de validez de contenido propuesta por Chávez (2007:184), lo cual conlleva, que los expertos pronunciaran e indicaran la redacción de algunos ítems, sin embargo, esto no resulta suficiente para una investigación sino que además se demostró su confiabilidad al respecto, en efecto, por la naturaleza de la necesidad a inventariarse y la población seleccionada para el estudio, se decidió la elaboración de un cuestionario para ser aplicado. El mismo consta de 20 preguntas con respuestas alternas bajo una adaptación de la escala de estimación tipo Licker que para efectos del estudio y de acuerdo con el punto de vista del mismo Briones (2002) es un instrumento con capacidad que permite el logro del puntaje individual según lo que se desea medir y así obtener una suma de respuestas debidamente valoradas;

Todos ellos en una aproximación de la escala tipo Likert de cinco puntos, los datos obtenidos se someterán a su debido tratamiento estadístico descriptivo a los efectos de originar los valores estadísticos aspirados y de esta manera explicar científicamente el comportamiento de las variables estudiadas en el marco teórico acudiéndose a especialistas en el área temática: gerencia, supervisión y metodológica.

Confiabilidad del instrumento

Para Hernández y Otros (2012:349), la confiabilidad “es el grado en que la aplicación repetida de un instrumento de medición al mismo fenómeno genera resultados similares” su medición se manifiesta por un error estándar o por un alto coeficiente de confiabilidad. Para efecto, de esta investigación para calcular la confiabilidad se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach señalado por Chávez, (2007) el mismo fue aplicado, dado que su estructura está basada en cinco alternativas de respuesta lo que facilita el uso de este método.

Para realizar la confiabilidad del cuestionario diseñado se aplicó una prueba piloto a una población ajena a la del estudio pero con características similares y luego con la información suministrada se aplicó el coeficiente de Cronbach, según Chávez (2007:201) por medio de la fórmula respectiva:

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Dónde:

K = Número de ítems

s_i^2 = varianza de los puntajes de cada ítem

s_t^2 = varianza de los puntajes totales

Resultando:

$$r_{tt} = \frac{20}{20-1} \left[1 - \frac{\sum 210,52}{118,41} \right]$$

$$r_{tt} = \frac{20}{20} \left[1 - \frac{210,52}{118,41} \right]$$

$$r_{tt} = 1,00 \left[1 - \frac{210,52}{118,41} \right]$$

$$r_{tt} = 1,00 [1 - 0,77]$$

$$= 1,00 (0,77) \quad r_{tt} = 0,87$$

Sustituyendo los valores queda en consecuencia; el coeficiente de confiabilidad Alfa Crombach cuyo resultado es 0,87 indicando un instrumento

altamente confiable para ser aplicado y recopilar información pertinente para el estudio. Una vez aplicado los instrumentos a la prueba piloto se calcula el grado de confiabilidad, esto significa que el instrumento posee una alta confiabilidad. La confiabilidad es la capacidad del instrumento de medición para alcanzar los mismos resultados cada vez que sea aplicado en las mismas condiciones (Chávez, 2007).

En este sentido luego de aplicado el instrumento, se procedió a la agrupación de los ítems por dimensiones, con los registros de las opiniones de cada encuestado se analizará los resultados de las respuestas por medio de la estadística descriptiva, los cuales se agruparán según cada alternativa de respuestas, tabulados en una matriz de datos, que será mostrada en distribución de frecuencias absolutas y porcentuales. Luego, se hará una representación gráfica en forma de barras para una rápida visualización de los resultados, con el propósito de explicar los rasgos, aspectos y propiedades en relación a las variables objeto de estudio de allí, se formulará la propuesta del proyecto y posteriormente las conclusiones y recomendaciones.

De acuerdo a la necesidad de analizar la credibilidad como cultura tributaria analizar los aspectos que participan en proceso de ella y tomando en cuenta el número de ítems, correspondiente a cada indicador y a la escala establecida en los instrumentos, se diseñara un baremo para el análisis teórico de los datos. Para la elaboración del mismo se tomó en consideración a Padua (1998, citado por Hernández 2012), quien en relación al asunto establece: “la oscilación entre el valor mínimo y máximo de la distribución o rango para cada indicador ajustado a las categorías establecidas”. Tomando en cuenta los valores obtenidos, se llevara a cabo la interpretación teórica, ubicando las categorías de respuesta donde se estableció un nivel alto, medio y bajo.

Baremo de Interpretación

RANGO DE ACTUACIÓN	APRECIACIÓN CUALITATIVA	CATEGORIA
1 - 1,7	Muy Baja	Nunca
1,80 - 2,5	Baja	Casi nunca
2,6 - 3,3	Mediana	Alguna veces
3,4 - 4,1	Alta	Casi siempre
4,2 - 5	Muy Alta	Siempre

Fuente: Bastidas (2015)

Procedimiento de la Investigación

Una vez que el investigador seleccionó el tema de estudio a investigar se procedió a la revisión bibliográfica para ampliar las bases teóricas y establecer los antecedentes de trabajo, los cuales permitieron conocer algunos estudios y enfoques teóricos con la finalidad de elaborar el planteamiento del problema con su respectiva justificación. De igual manera se elaboró el marco teórico que sustenta el estudio, posteriormente se diseñó el marco metodológico, en atención a los objetivos planteados en relación con las variables se describió la población de estudio y se seleccionó la muestra la cual se hizo de forma aleatoria donde todos los sujetos tienen la misma posibilidad de ser seleccionado, se elaboró el instrumento y se sometió a la validez de constructo mediante el juicio de los expertos para validar su consistencia.

Posteriormente el cuestionario fue aplicado a la población seleccionada para la investigación, se establecieron criterios de evaluación, tabulación con su respectivo análisis, utilizando los métodos de la estadística descriptiva. Por último se elaboraron conclusiones y recomendaciones que aportaran algunas orientaciones al docente para solucionar problemas presentes en la institución educativa; así como los aportes teóricos servirán de referencia a otras investigaciones que tengan relación con las variables en estudio.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los elementos sustentados en la investigación y la metodología utilizada, permite realizar el análisis de los resultados obtenidos de acuerdo a los ítems conformados en los instrumentos aplicados, el análisis se realizó siguiendo el orden de las dimensiones, se considera para la presentación cuadros, las alternativas seleccionadas por los sujetos, en relación a los resultados, se realizó el comparación de los ítems, del instrumento se interpretaron los datos en concordancia con los supuestos teóricos, sustentados en la investigación planteada.

Análisis de los datos.

Cuadro: N° 05

Dimensión: Cultura en el Servicio

Resultados obtenidos

Persol	ítem	\bar{x} ítem	Indicador	\bar{x} Indicador	Criterio	\bar{x} Dimens	\bar{x} Criterio
CONTRIBUYENTES	1	3.62	CONFIANZA	3,43	Alta	3.30	Mediana
	2	3.25	SATISFACCION	3,33	Mediana		
	3	3.07					
	4	3.59	PRACTICAS	3,27	Mediana		
	5	3.31					
	6	3,23	POLITICAS	3,25	Mediana		
	7	3.43					
	8	3,07	EDUCACION	3,25	Mediana		
	9	3.43					
	10	3.62					

Fuente: Bastidas (2016)

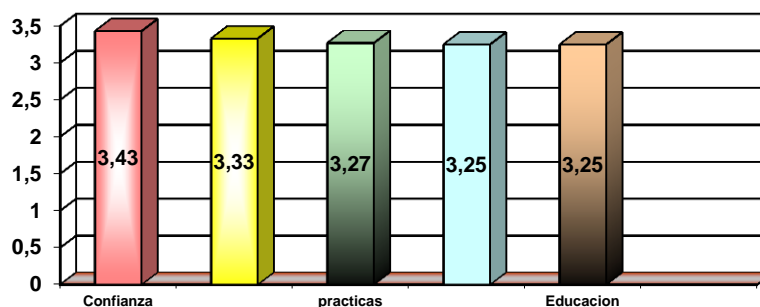


Grafico 1: Resultados obtenidos de la dimensión Cultura Tributaria
Fuente: Bastidas (2016)

En este orden de ideas, se expone la dimensión cultura de Servicio, en esta oportunidad, en el cuadro 5, gráfico 1, en opinión de los contribuyentes los indicadores, obtiene una media aritmética de 3,31, Confianza es de 3,43, Satisfacción 3,33, Practicas 3,27; políticas obtuvo 3.25; y educación. Esto permite deducir, que la cultura de servicio se pone en práctica medianamente, esto contradice los postulados de Kotler (2006) cuando menciona que la cultura es sin dudas uno de los aspectos que todos los administradores buscan consolidar en sus organizaciones para consolidar una cultura de servicio, para que allá cultura un grupo determinado de personas deben compartir creencias y valores.

Es aquí en donde el tema de cultura tiene que ver con servicio ya que para que los trabajadores de una organización tengan una cultura en servicio al cliente compartiendo valores comunes que vayan en esa dirección. Los valores deben ser definidos por la empresa en función de su misión, sin embargo existen valores que son universales ya que pueden ser aplicados a cualquier tipo de organización. El paso siguiente tiene que ver con la forma en cómo los trabajadores adoptará dichos valores, cada organización es diferente, sin embargo será sensato definir algunos puntos relacionados a este tema.

Cabe destacar que en las áreas del Talento Humanos se deben velar por trabajar con base en los valores, esto significa que la contratación de nuevos trabajadores se debe desarrollar con base en este enfoque. Si se logra contratar personal con valores similares a los valores que la cultura desea implementar el trabajo está hecho en más de un cincuenta por ciento, las organizaciones deberán sopesar el proceso que seguirán, poniendo en práctica programas de capacitación y formación en valores, ayuda mucho en esto definir a priori las conductas esperadas para cada uno de los valores y con base en ello diseñar las estrategias de formación para un excelente cultura de servicio

Análisis de los datos.

Cuadro: Nº 06

Dimensión: Satisfacción de Expectativas

Resultados obtenidos

Persol	item	\bar{x} item	Indicador	\bar{x} Indicador	Criterio	\bar{x} Dimens	\bar{x} Criterio
CONTRIBUYENTES	11	3.15	CONTRATO	3.20	Mediana	3,28	Medina
	12	3.25					
	13	3.15	CREDIBILIDAD	3.18	Mediana		
	14	3.22					
	15	3.31	RECLAMOS	3.27	Mediana		
	16	3,23					
	17	3.33	IMAGEN	3.24	Mediana		
	18	3,15					
	19	3.43	ALCANCE	3.52	Mediana		
	20	3.62					

Fuente: Bastidas (2016)

En este orden de ideas, se expone la dimensión satisfacción de expectativas, en esta oportunidad, en el cuadro 6, gráfico 2, en opinión de los contribuyentes los indicadores, obtiene una media aritmética de 3,28, en lo contrato 3,20, Credibilidad 3,18, Reclamos 3,27, imagen con 3.24 y el indicador Alcance adquiere el promedio de 3,52. Esto permite deducir, que

en los contribuyentes se ponen en práctica medianamente la satisfacción de expectativas.

En atención a estos resultados se puede evidenciar que llevan a la práctica los postulados de Paúl (2007) cuando menciona que expectativas se han creado comparando la calidad recibida con la calidad que esperaba recibir; de acuerdo a los ofrecimientos o promesas del servicio, contenidas en la publicidad, las palabras del vendedor, la comparación con la competencia, la opinión de otros usuarios, entre otros. Las expectativas, según Paúl (2007:34), “se forman por efecto de las actividades inherentes a la asesoría tributaria, la comunicación directa, las preferencias del cliente contribuyente, derivadas de factores personales”

Para que el objetivo de alcanzar la satisfacción del contribuyente, sea compartido por toda la organización y llegue al personal de contacto, es necesario que exista una cultura de servicio. Es decir, una cultura organizacional en la que existe una valoración del buen servicio en la cual, su prestación a los contribuyentes, es considerada como la forma de comportamiento natural y una de las normas más importantes cuando se produce un contacto físico de la organización con el contribuyente, en este contacto se deben tomar en cuenta ciertas circunstancias.

En la función Pública es, por una parte el modelo genérico de cómo se denominan las tareas que desempeña el funcionario; es además, de modo específico, el ensamble de normas del derecho público o régimen jurídico aplicable al funcionario y, por ultimo; es el término con el que se conoce a la relación de empleo público entre funcionarios y administración. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) se refiere a la Función Pública. (En el Capítulo I del Título IV, dedicado al poder público en los artículos 144 al 149), como “la relación de empleo público con la administración pública y más especialmente el conjunto de normas y reglas que se aplican a esta relación”. Por su parte, la Ley de Estatuto de la Función Pública es evidentemente recipiendaria de tal concepción, pues señala que

ella contiene y constituye el conjunto de normas que regirá las relaciones de empleo público entre los funcionarios y funcionarias públicas y las administraciones públicas nacionales, estatales y municipales (Artículo 1 de la Ley de Estatutos).

Son innumerables las situaciones que se cuentan entre ventajosas para las organizaciones que prestan un adecuado servicio al cliente; no sólo porque les proporcionará mayor entrega a sus clientes trayendo consigo mayor estabilidad en el mercado, porque sin duda es dar un buen servicio al contribuyente; en el caso de atención de reclamos de los consumidores hacia la empresa, las instituciones pueden evitar el daño que pueden originar los clientes descontentos, con el simple hecho de atender esas quejas, mediante estrategias adecuadas. Una pérdida en las utilidades puede ser el resultado de un cliente que no se ha quejado, o cuya queja no ha sido bien tratada, porque aunque invisible el fenómeno, puede darse que el cliente no se queja del servicio, sino simplemente se aleja de él.

Para dar respuesta al objetivo número tres el cual es Proponer lineamientos para el fortalecimiento de la cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo. Lineamientos

1. El Táctica: Los mecanismos que la organización ha institucionalizado para establecer la recaudación, la entrega del producto, los pagos y demás procedimientos deben permitir al contribuyente y resolver las inquietudes que le surgen. Cuando los procedimientos son complejos o implican molestia para el contribuyente; la cultura de servicio debe seguir un modelo de atención ágil, respetuoso y oportuno.
2. Las Infraestructuras: El sitio donde se presta el servicio es importante considerar diversos aspectos que van a impactar directamente en los momentos de verdad a los cuales se somete la organización en la

prestación de su servicio, en este sentido se mencionan las vías de acceso, facilidad de estacionamiento, amplitud de las instalaciones, iluminación, ubicación de los productos, visibilidad de la información y de la imagen corporativa, entre otros. Si no se toma en este punto se hará que la percepción del servicio decaiga en detrimento no es un riesgo que ninguna organización está dispuesta a correr.

3. Tecnología disponible: La importancia de contar con sistemas de información rápidos para el conocimiento de los contribuyentes es fundamental, pero su funcionalidad deberá reflejarse en la capacidad que tenga el cliente para hacer uso de estos recursos, en este sentido se tiene en cuenta la posibilidad que tienen los clientes de hacer sus procesos por Internet o bien por sistemas cerrados de comunicación, sistemas que le permitan consultar en línea el estado de sus pedidos y facturación e igualmente que puedan tener acceso a las estadísticas entre otros. La imposibilidad de contar con herramientas tecnológicas que permitan agilizar los procesos de comunicación y relación se convertirá en un talón de Aquiles por cuanto el cliente estará atento a nuevas formas que le permitan agilizar sus procesos y sentir un modelo de atención personalizado entre otras cosas.

4. Información: Uno de los temas complejos de resolver es la información tiene que ver precisamente con la identificación de los componentes de un sistema de información adecuado y ajustado a la expectativa del contribuyente, de tal manera que encontrar si la comunicación es masiva o personalizada y si los esfuerzos y recursos que se dedican a este componente tienen retribución. El modelo de comunicación debe analizarse no solamente en la manera como se hace presente la empresa en el cliente y el contribuyente si

lo tiene, sino también en la calidad de la información que recibe cuando se comunica con la empresa y en este sentido vale la pena considerar hasta los mínimos detalles, como por ejemplo la oportunidad en la atención telefónica. Una información inadecuada, poco clara, confusa, incompleta o carente de veracidad traerá consecuencias la evasión, estas situaciones como descuido de la organización frente al contribuyente quizá juzgará con dureza las situaciones en las cuales sienta que no ha sido tomado en cuenta ni valorado en sus necesidades y expectativas.

5. El prestador del servicio: La persona que atiende al cliente en el contacto real que tiene la empresa a través de sus productos o servicios, tendrá la oportunidad no solamente de ofrecer al contribuyente una experiencia única frente a la empresa y su producto sino también la posibilidad de crear un proceso relacional con el cliente que va más allá de lo puramente transaccional, en este sentido el prestador del servicio no será entonces únicamente la persona que atiende sino todo aquel que por su función tenga algún contacto directo o indirecto con el contribuyente, este concepto se refiere a que todos los integrantes de la organización tienen una responsabilidad con el contribuyente, no solamente con la atención que se entrega sino también con el esfuerzo permanente para que la calificación del contribuyente sea satisfactorio.
6. Finalmente, poner en práctica una cultura de servicio al cliente implica una estrategia donde participen todos los niveles de la organización y se inicie con un diagnóstico profundo sobre el cual exista la determinación por parte de la administración y la gerencia de intervenir con el fin de establecer claros indicadores de mejoramiento que tendrán su impacto y su recompensa cuando sean los mismos

contribuyentes los que perciban y manifiesten con su comportamiento económico mayores niveles de satisfacción, fidelidad e incluso compromiso con un modelo significativo en la prestación del servicio

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En cuanto al objetivo número uno sobre Identificar las necesidades en la cultura en el sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del Sector Tributos Internos del Municipio de Boconó del Estado Trujillo, se hace necesario mencionar que en tiempos antiguos hablar de servicio se asociaba con labores menores e indignas, sin embargo, después de la década de los cincuenta y especialmente durante los setenta se posicionó la idea afortunada de que el servicio al cliente era definitivamente no solo un valor agregado sino también el factor que podía marcar la diferencia en relación al producto o servicio que se entregaba al cliente final.

La cultura de servicio, como cultura empresarial, aborda varias dimensiones complementarias que establecen una balanza sobre la cual cada uno de sus componentes tienen el mismo peso, en este sentido la libreta de calificaciones del contribuyente tiene cinco grandes asignaturas sobre las cuales la empresa debe invertir sus mejores esfuerzos con el fin de ofrecer al cliente una verdadera experiencia que vaya más allá de sus expectativas. La modernización del sistema tributario venezolano, promueve tanto la desconcentración como la descentralización de su gobierno para la prestación de sus servicios, así como, la creación de organismo autónomos encargados de administrar sus respectivos ingresos tributarios y fomentar una cultura tributaria que incentive el cumplimiento de las diferentes obligaciones en que incurren los habitantes dentro de su jurisdicción.

Sin embargo, la asistencia a los contribuyentes presenta cierta debilidad, puesto que no existen estrategias por parte de las administraciones tributarias municipales que los guíen con el cumplimiento de las obligaciones que tienen los mismos con el municipio. Ahora bien, las obligaciones tributarias que generan respecto a las leyes vigentes, lo que lleva a inferir que carecen de una cultura de servicio tributaria que les haga concientizar el pago de las obligaciones que tienen con el fisco una vez materializado el hecho imponible.

Cabe destacar que la cultura de servicio debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los cuales el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión de mundo. Por esta razón, tiene un doble rol en la estructuración de los sistemas sociales y de las lógicas institucionales, pues ofrece representaciones generales que sirven como instrumentos de interpretación para todos los temas relacionados con la agenda pública o la vida político institucional.

En cuanto el objetivo número dos el cual trata sobre caracterizar las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó Trujillo. Expectativas, es necesario comprender que las expectativas son creencias que tiene el contribuyente sobre el servicio y son referentes del mismo, se forman de la calidad percibida, que es la resultante de comparar la calidad que han recibido con la calidad que esperaban recibir están influenciadas por la propia experiencia en comparación con la competencia o sino, con la opinión de otros usuarios.

Entre los factores que influyen en las expectativas servicio deseado está el nivel de servicio que el cliente espera recibir es decir su zona de tolerancia, aceptar que puede haber variación en el servicio, servicio esperado y adecuado. Otro aspecto que se debe tomar en cuenta es la filosofía personal del servicio, necesidades personales Intensificadores permanentes del

servicio deseado. Las Expectativas del cliente en el servicio se adecuan para no crear incomodidad, influyen los niveles situacionales que deben ser tomados en cuenta previamente.

www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. (2007). El proyecto de investigación: Guía para su elaboración. Caracas: Episteme.

Baleeiro, P. (2002). Modernización de la administración tributaria. Madrid: Ariel.

Balestrini, A, M. (2007). Como se Elabora el Proyecto de Investigación. Venezuela. Servicios Editorial.

Brewer, A. (1975). El derecho administrativo y la ley orgánica de procedimientos administrativos. Colección de Estudios Jurídicos N° 16. Caracas: Editorial Jurídica Venezolana.

Briones, G. (2002) Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. La formulación de problemas de investigación social. Uniandes. Bogotá.

Castillo, L (2010) Potencialidades de la descentralización fiscal en Venezuela. Editorial UCV. Caracas

Chávez, A. (2007), Introducción a la investigación educativa. Editorial Columna. Maracaibo.

Código Civil de Venezuela. Gaceta Oficial N° 2.990 del 26 de julio de 1982. Caracas.

Código Orgánico Tributario. Gaceta Oficial N° 4.727, Extraordinario del 27 de mayo de 1994. Caracas (Venezuela).

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No 36860. 1999.

Cordova & Alvarez, A. (2008). La Problemática de la calidad en los sistemas de servucción. Barcelona, España: Ediciones Deusto

Fernandez, M. (2008). Medios de defensa del Contribuyente. Caracas: Mobilibros.

Fonrouge, K. (2007). La revolución del servicio. Bogotá: 3R Editores.

Fraga, L. (2006). Medios de defensa del contribuyente frente a la

administración tributaria. Foro “Evasión Cero, Sanciones, Procesos y Legítima Defensa, ¿Qué Hacer?”. Caracas.

Gabaldon, F. (2001). Gerencia de organizaciones de servicios. Venezuela: ULA Consejo de publicaciones Vicerrectorado Académico.

Gabín, M (2009) Administración pública. Editorial Paraninfo. España

García, J. & Gonzales, D. (2007). Percepción de los grandes contribuyentes en torno a la administración tributaria venezolana. Recuperado de redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve.

Gota, A. (2003). La base imponible del Impuesto sobre Sociedades: Concepto y determinación de la base imponible (Documento N° 29/03). España: Instituto de Estudios Fiscales

Hernández, R., Fernández C. & Baptista, L. (2012). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill Interamericana.

Hurtado, J. (2012). La investigación holística. Caracas: SYPAL.

Kiriakidis E. (2003). Educar para conocer el porqué de los Tributos. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://www.eltribuno.com.ar>.

Kotler, C. (2006). Teorías organizacionales y administración. Colombia: Mc Graw Hill.

Labaudere, E. (1992). Recurso jerárquico y contencioso tributario. Caracas: AVDT.

MINISTERIO DE FINANZAS. SENIAT (2003) Medios de Defensa de los Derechos y Garantías del Contribuyente. Caracas: Autor.

Moya, E. (2004). Elementos de finanzas públicas y derecho tributario. Caracas: Episteme

Paúl, M. (2007). Medidas de mejora de la satisfacción del contribuyente. Barcelona. Gestión

Pérez, L. (2009). Calidad de servicio ofrecido a los contribuyentes durante el desarrollo de la función fiscalización. (Tesis de especialización no publicada) Escuela Nacional de Administración y Hacienda Pública. Caracas, Venezuela.

Ramírez, R. (2010). Derechos y garantías que asisten al contribuyente

ante los actos de la administración tributaria nacional. (Tesis de especialización no publicada). Universidad de los Andes. Trujillo, Venezuela.

Romero, K. (2010). Estrategias para incrementar la calidad de servicio en el área de asistencia al contribuyente sector Mérida Región Los Andes- SENIAT. (Tesis de especialización no publicada) Universidad de los andes. Mérida, Venezuela.

Rondon, M. (2002). La gestión de calidad y el marketin interno como factores de competitividad en empresas de servicios. Madrid: Aedemo.

Rosenberg J. (1992). Diccionario de administración y finanzas. Barcelona: Ediciones Oceano

Urosa, H. (2003). Tutela judicial efectiva y otras garantías constitucionales procesales. Venezuela: Paredes Libros.

Villegas, H. (1992). Derecho tributario. Buenos Aires: DEPALMA

www.bdigital.ula.ve

ANEXOS

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
POSTGRADO DE DERECHO MERCANTIL
OPCIÓN "TRIBUTOS EMPRESARIALES"**



ACEPTACION DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado titulado, **CULTURA DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA PARA LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DEL CONTRIBUYENTE**, presentado por: Abg. Bastidas Marilyn, titular de la Cédula de Identidad No. V- 19185714, para optar al título de especialista en Derecho Mercantil mención Tributos Empresariales, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado examinador que la Universidad tenga a bien designar.

En la ciudad de Trujillo a los 12 días del mes de Enero de 2016.

Tutora
Dra. Meggy Briceño
C.I. 8.721.017

Reconocimiento

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento

Identificación del experto

Nombre y apellido: _____

Institución donde la labora: _____

Cargo que desempeña: _____

Título de postgrado: _____

Institución donde lo obtuvo: _____

Título de la investigación

**CULTURA DE SERVICIO DE LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA
PARA LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DEL
CONTRIBUYENTE**

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Analizar la credibilidad como cultura de servicio de la administración tributaria para la satisfacción de las expectativas del contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo

Objetivos específicos

Identificar las necesidades de credibilidad en el sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del Sector Tributos Internos del Municipio de Boconó del Estado Trujillo.

Caracterizar las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos Trujillo.

Proponer lineamientos para el fortalecimiento de la credibilidad como cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo

Reconocimiento

frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos Trujillo.

Cuadro Operalización de variable

Objetivo general: Analizar la credibilidad como cultura de servicio de la administración tributaria para la satisfacción de las expectativas del contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó del Estado Trujillo				
Objetivos específicos	Variables	Dimensión	Indicador	Items
Identificar las necesidades de credibilidad en el sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del Sector Tributos Internos del Municipio de Boconó del Estado Trujillo.	Credibilidad como cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo	Credibilidad como cultura de servicio	Confianza	1,2
			Satisfacción	3,4
			Prácticas	5,6
			Políticas	7,8
			Educación	9,10
Caracterizar las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos del Municipio Boconó Trujillo.		Satisfacción de expectativas	Contrato personal	11,12
			Credibilidad	13,14
			Reclamos	15,16
			Imagen	17,18
			Alcance	19,20
Proponer lineamientos para el fortalecimiento de la credibilidad como cultura de servicio para la satisfacción de las expectativas del sujeto pasivo frente a los servicios prestados por la Oficina de Asistencia al Contribuyente del sector tributos internos Trujillo.				

Fuente: Bastidas (2016)

Juicio de expertos

- a) En líneas generales, considera que las variables, están inmersos en el contexto teórico formal:

- b) En líneas generales, considera que los indicadores de la variable, están inmersos en el contexto teórico formal:

- c) ¿Los ítems miden las variables señaladas?

- d) El instrumento señalado permiten alcanzar los objetivos de la investigación

- e) El instrumento, a su juicio es:

Válido: _____ No Válido: _____

- f) Recomendaciones acerca del instrumento elaborado:

Firma

Reconocimiento

Evaluación específica del instrumento

ITEMS Nº	PERTINENCIA						TIPO DE PREGUNTA		REDACCION	
	objetivos		variable		indicador		1	2	1	2
	1	2	1	2	1	2				
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										

Reconocimiento

INSTRUMENTO

	CONSIDERA USTED QUE	S	CS	AV	CN	N
1	La confianza es uno de los motores que debe estar presente en toda organización					
2	Las relación de confianza con tu cliente, va más allá de la transacción misma el objetivo					
3	La satisfacción es una sensación de placer que resulta de las expectativas de beneficios previos					
4	La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene					
5	Para brindar una correcta atención existen prácticas necesarias durante todo el proceso del servicio que se ofrece					
6	Conocer las buenas prácticas para aplicarlas es la clave del inicio de la dirección de la organización					
7	La Política de Atención al Cliente les comunica a los clientes lo que pueden esperar de su organización					
8	Las Políticas de Atención al Cliente son confeccionadas como un documento de lectura					
9	Es importante que se dé a los miembros de un equipo suficiente información sobre el servicio al cliente					
10	La Educación tributaria es más trascendental para lograr que la cultura tenga una expresión colectiva					
11	El contrato personal identifica la personalidad de un individuo					
12	La aptitud agrupa los conocimientos, posiblemente apreciados en los procesos de selección					
13	La organización debe tener claro que el servicio al contribuyente supone la base de su credibilidad					
14	La credibilidad da satisfacción a los ciudadanos respecto del uso del dinero que ellos han erogado para pagar sus impuestos					
15	El tratamiento de las reclamaciones es el problema más dificultoso de la atención al contribuyente es necesario un procedimiento estándar para afrontarlo					
16	Al atender un reclamo es mejor llegar a un acuerdo sobre la forma de actuar que sea aceptable para ambos					
17	La imagen en el servicio es la información automatizada en el Seniat					
18	Toda información sobre las políticas de atención se capta a través de la imagen del Seniat					
19	El alcance es cuando el contribuyente se encuentre satisfecho con los servicios provistos directamente por SENIAT					
20	Al conocer al contribuyente supone saber lo que aprecia para así poder ajustar convenientemente la aplicabilidad de las políticas de fiscalización					