

SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA DE RECAUDO DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO - ICA EN EL MUNICIPIO DE URIBIA

CINTELI
CIUDADES INTELIGENTES

URIBIA - LA GUAJIRA

CONTRATO ELECTRÓNICO No 355 DEL 2024

INFORME DE ACTIVIDADES NÚM. 3

Diciembre 2024

CONTENIDO

1. DATOS GENERALES DEL INFORME 4

2. OBJETIVOS 5

2.1. OBJETIVO GENERAL 5

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 5

3. METODOLOGÍA 6

3.1. PLANEACIÓN 6

3.2. GENERACIÓN DEL PRECENSO 7

3.3. RECEPCIÓN Y DEPURACIÓN DE LAS BASES DE DATOS ACTUALES 7

3.4. TRABAJO DE CAMPO 8

3.4.1. PLANIFICACIÓN DE LAS VISITAS EN CAMPO 8

3.4.2. TRABAJO DE CAMPO 8

3.5. ANALÍTICA DE DATOS 9

3.6. PROCESAMIENTO Y CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN 9

3.7. PUBLICACIÓN Y ENTREGA 10

4. ACTIVIDADES REPORTADAS 11

4.1. BASES DE DATOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES: 11

4.2. CENSO 12

4.3. CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN 18

4.4. ELABORACIÓN Y ENTREGA DE PRODUCTOS FINALES 25

5. CONCLUSIONES 37

6. RECOMENDACIONES 39

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Actividades económicas principales en Uribia 16
Gráfico 2 copias de RUT aportadas por los comerciantes en el censo realizado 16
Gráfico 3. Respuesta a la pregunta ¿El establecimiento cuanto con algún crédito? 17
Gráfico 4 Cotejo trabajo de campo vs información Cámara de Comercio 19
Grafico 5 Estado matricula mercantil 20
Gráfico 6 Cotejo trabajo de campo vs info Dian 21
Gráfico 7 Estado Rut 21
Gráfico 8. Cotejo campo vs Secretaria de Hacienda 22
Gráfico 9 Estado Matricula Hacienda 23
Gráfico 10 Clasificación tributaria 24

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Polígonos visitados 12
Ilustración 2 visitas a establecimientos comerciales 13
Ilustración 3 Ejemplos establecimientos con aviso y sin aviso 16
Ilustración 4 ficha de establecimiento de encuestas efectiva – atendida 27
Ilustración 5 ficha de establecimiento de encuestas efectiva – no obligatoria 28
Ilustración 6 ficha de establecimiento de encuestas efectiva – recuperada en oficina 29
Ilustración 7 ficha de establecimiento de encuestas no atendida– no brindan información 29
Ilustración 8 Ventana principal plataforma 31
Ilustración 9 Ilustración 2 Módulo Dashboard 31
Ilustración 10 Modulo Visor 32
Ilustración 11 Menú de consultas 32

TABLA DE ESQUEMAS

Esquema 1 Metodología general para la identificación y geolocalización de establecimientos comerciales. 6

1. DATOS GENERALES DEL INFORME

- **PERIODO DE EJECUCIÓN:** Del 30 de noviembre al 30 de diciembre de 2024.
- **NOMBRE PROYECTO:** Fortalecimiento de la Estructura de Recaudo del Impuesto de Industria y Comercio.
- **CLIENTE:** Municipio de Uribia
- **CONTRATO/TIPO No**: CONTRATO ELECTRÓNICO No 355 DEL 2024
- **OBJETO DEL CONTRATO.** SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA DE RECAUDO DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO - ICA EN EL MUNICIPIO DE URIBIA
- **NOMBRE DEL CONTRATISTA**: CINTELI COLOMBIA SAS
- **ALCANCE DE INFORME:**
    - El Informe N.º 3 Presentación de los productos finales del proyecto, incluidos los informes, mapas, bases de datos georreferenciadas y cualquier otra documentación relevante.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Definir estrategias específicas para fortalecer la estructura de recaudo del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) en el municipio de Uribia, mediante la revisión y actualización del Estatuto Tributario Municipal, así como la realización de un inventario georreferenciado de establecimientos comerciales.

2.2. Objetivos específicos

i. Realizar un análisis exhaustivo del Estatuto, identificando áreas de oportunidad, posibles inconsistencias y ajustes necesarios.

ii. Realizar las modificaciones pertinentes en el Estatuto Tributario Municipal, asegurando que todas las actualizaciones estén completamente alineadas con la normativa legal vigente. Esto garantizará tanto su conformidad como su eficacia, permitiendo que el estatuto responda adecuadamente a las necesidades actuales del municipio y fortalezca su gestión tributaria.

iii. Realizar sesiones de socialización con una duración de 5 horas del Estatuto actualizado, acordadas previamente con el Municipio. Este proceso ayuda a asegurar la comprensión y aceptación por parte de las partes interesadas.

iv. Brindar apoyo continuo en la implementación del Estatuto Tributario actualizado, lo cual incluye ofrecer asesoramiento técnico, capacitación y supervisión. Estas acciones asegurarán que las nuevas disposiciones se apliquen de manera efectiva y eficiente, facilitando su adopción y promoviendo el cumplimiento adecuado por parte de los contribuyentes y la administración municipal.

v. Diseñar, desarrollar e implementar el visor geográfico de consulta

vi. Realizar una identificación preliminar de los establecimientos comerciales mediante recorridos exhaustivos por el casco urbano del municipio, utilizando herramientas tecnológicas que permitan obtener un Precenso. Esta actividad facilitará la recolección de datos precisos sobre la actividad comercial, sirviendo como base para un censo formal y fortaleciendo la planificación tributaria y administrativa.

vii. Recepcionar, organizar y depurar las bases de datos de contribuyentes de los impuestos de Industria y Comercio, con el objetivo de realizar un análisis y cruce efectivo con la información recolectada en el trabajo de campo. Este proceso permitirá identificar posibles inconsistencias, actualizar los datos y mejorar la precisión en la gestión tributaria del municipio.

viii. Planificar los recorridos de campo necesarios para la identificación precisa de contribuyentes, optimizando las rutas y los recursos disponibles para una cobertura completa del área urbana.

ix. Ubicar, georreferenciar y recopilar en campo toda la información necesaria para el inventario de los establecimientos comerciales previamente identificados en el Precenso.

x. Procesar y clasificar la información obtenida en campo, realizando un cruce con fuentes de información actuales, tanto públicas como privadas, como la Cámara de Comercio y la DIAN, para verificar y complementar los datos.

xi. Generar fichas informativas detalladas de los establecimientos comerciales debidamente identificados, que incluyan sus características clave y cualquier otra información relevante.

xii. Publicar y georreferenciar los resultados del inventario en un visor geográfico, integrando las fichas informativas y fotografías de cada establecimiento para facilitar su consulta y visualización.

3. METODOLOGÍA



Esquema 1 Metodología general para la identificación y geolocalización de establecimientos comerciales.

3.1. PLANEACIÓN

Las siguientes actividades preliminares, correspondientes a la etapa de planeación del proyecto, con el objetivo de asegurar una ejecución controlada y eficiente:

I. Cronograma de trabajo: Elaboración detallada de las actividades y sus plazos correspondientes para la ejecución del proyecto. Este cronograma servirá como guía de trabajo y permitirá el seguimiento preciso de las tareas a realizar.

II. Selección y contratación del personal: Proceso de reclutamiento, selección y contratación del equipo humano necesario para llevar a cabo las actividades del proyecto. Se identificarán perfiles adecuados para las distintas funciones requeridas.

III. Zonas por intervenir: identificación de corredores comerciales, zonas inseguras y diseño de polígonos diarios para realización de los recorridos por la malla vial del municipio.

IV. Identificación de actores involucrados en la actividad (Asociación de comerciantes, Policía…): Identificación de las asociaciones de comerciantes, entidades policiales y otros actores relevantes para el proyecto. Establecer contactos clave facilitará la cooperación y el desarrollo de las actividades.

V. Socialización del proyecto a los actores involucrados: Presentación detallada del proyecto a los actores involucrados para informar sobre los objetivos, métodos y beneficios del mismo. Se busca obtener el respaldo y la colaboración de las partes interesadas.

VI. Adecuación de la plataforma digital para la toma y validación de las encuestas: Configuración y preparación de las plataformas digitales que permitan la captura y validación de las encuestas en línea. Esta plataforma facilitará el procesamiento eficiente de la información recolectada.

VII. Capacitación a encuestadores y validadores: Realización de sesiones de capacitación para los encuestadores y validadores, con el objetivo de asegurar que comprendan los procedimientos y estándares de calidad para la recolección y validación de datos.

VIII. Suministro equipos tecnológicos y dotación: Se proporcionarán teléfonos móviles para la realización de las visitas, así como la dotación necesaria (gorra, chaleco y camibuso) al personal contratado para llevar a cabo las labores en el campo.

3.2. GENERACIÓN DEL PRECENSO

El objetivo de este precenso es realizar una identificación preliminar de los establecimientos comerciales a censar, lo que permitirá planificar los recorridos de terreno de manera organizada. Además, servirá como insumo para controlar la calidad de las actividades realizadas en campo.

Las subactividades incluidas en esta etapa son las siguientes:

I. Alistamiento de herramientas: Preparación de los equipos móviles, en los cuales se cargará el mapa del Municipio a través de la aplicación destinada a la captura de fotografías georreferenciad

II. Definición de polígonos de recorrido diarios y cronograma: División de la zona urbana del Municipio en polígonos para recorridos diarios, lo que permitirá una distribución eficiente del trabajo en campo. También se identificará previamente las zonas inseguras, de modo que se puedan gestionar acompañamientos policiales cuando sea necesario.

III. Acompañamiento en el recorrido y toma de fotografías georreferenciadas en campo: Se llevarán a cabo recorridos diarios, siguiendo los polígonos predefinidos y tomando en cuenta las áreas inseguras. Es fundamental contar con el Auto comisorio correspondiente, que autorice los recorridos y la captura de imágenes georreferenciadas en las áreas del Municipio.

IV. Apoyo en el procesamiento de imágenes: Las imágenes obtenidas durante los recorridos serán procesadas y sometidas a un control de calidad para asegurar su correcta geolocalización, lo que garantizará la fiabilidad de la información recabada.

3.3. RECEPCIÓN Y DEPURACIÓN DE LAS BASES DE DATOS ACTUALES

Esta actividad se refiere al apoyo a la Secretaría de Hacienda en la recepción de las bases de datos actuales. Tras la experiencia acumulada en la realización de estos proyectos por parte de CINTELI en otras ciudades, como el Distrito de Santiago de Cali, el Distrito de Barranquilla, el Área Metropolitana de Barranquilla, el Distrito de Santa Marta, Sincelejo y Valledupar, se aconseja que tales bases de datos sean depuradas y homogenizadas como paso previo a la realización de cruces entre ellas, el análisis de los datos y estadísticas provenientes de las mismas. Por ello, se contemplan las siguientes subactividades:

Por lo tanto, se contemplan las siguientes subactividades:

I. Apoyo en la depuración y organización inicial de las bases de datos actuales: Se realizará una validación exhaustiva de los valores duplicados, así como la identificación de inconsistencias lógicas en los diferentes campos de la información recibida. El objetivo de esta etapa es homogenizar las bases de datos, facilitando los futuros cruces de información y asegurando que los datos cumplan con los estándares requeridos para el análisis posterior.

II. Apoyo en la generación de estadísticas y cruces de las bases de datos existentes: Una vez depurada la información, se procederá a generar estadísticas clave y realizar el análisis preliminar de los datos. Este análisis incluirá el cruce de información entre las bases depuradas, lo que permitirá obtener una visión más clara de la situación actual y detectar posibles áreas de mejora o corrección en los datos.

3.4. TRABAJO DE CAMPO

El plano del precenso servirá como base para dividir el territorio en polígonos diarios asignados a cada encuestador, teniendo en cuenta el número de establecimientos a visitar y la distancia a recorrer en cada jornada. Esta estrategia de segmentación ha demostrado ser altamente eficaz en proyectos similares realizados en otras ciudades.

3.4.1. Planificación de las visitas en campo

Para iniciar estas labores, es esencial contar previamente con el **auto comisorio**, un permiso emitido por el municipio de Uribia que autoriza el ingreso y la recolección de información en el terreno. Además, se requiere establecer una comunicación efectiva con los centros comerciales y los ejecutivos correspondientes, con el fin de asegurar el acceso del personal y el desarrollo adecuado de las actividades.

3.4.2. Trabajo de campo

El equipo de encuestadores se desplazará a los establecimientos comerciales previamente identificados para realizar encuestas presenciales y recopilar la información y fotografías requeridas. Durante todo el proceso, se proporcionará acompañamiento y apoyo en las siguientes actividades clave:

I. Asignación diaria de polígonos de recorrido: El equipo de encuestadores se desplazará a los establecimientos comerciales previamente identificados para realizar encuestas presenciales y recopilar la información y fotografías requeridas. Durante todo el proceso, se proporcionará acompañamiento y apoyo en las siguientes actividades clave:

II. Seguimiento diario de producción: La revisión continua del número de establecimientos identificados en el precenso comparados con los encontrados en el terreno permite un control riguroso sobre el avance de las actividades. Este monitoreo diario es crucial para identificar posibles desviaciones o inconsistencias, ajustando de manera oportuna las estrategias de trabajo para cumplir con los objetivos establecidos.

3.5. ANALÍTICA DE DATOS

La analítica de datos es el proceso de depuración, validación y análisis de información, orientado a garantizar la precisión y relevancia de los datos para la toma de decisiones estratégicas. En este proyecto, se enfoca en validar y organizar los datos recolectados en campo sobre establecimientos comerciales del municipio de Uribia

I. Validación exhaustiva de datos ingresados en cada encuesta: Garantizar la precisión de los datos recopilados es esencial para la calidad del proceso. La verificación detallada de la información ingresada minimiza errores y asegura que los datos sean fiables y útiles para las posteriores fases de fiscalización del impuesto de Industria y Comercio.

II. Corrección de datos y/o fotografías: Durante el trabajo de campo, es común encontrar discrepancias o errores en los datos recogidos. La capacidad de corregir esta información de manera inmediata asegura que los registros sean consistentes y completos, evitando errores acumulados que podrían afectar el análisis final.

III. Validación masiva de la información y fotografías: Este paso es fundamental para garantizar que todos los datos y evidencias fotográficas estén debidamente completados y alineados con los requisitos del proyecto. La validación masiva permite un control de calidad más eficiente sobre un gran volumen de información.

IV. Revisión de completitud y corrección de la información: Asegurar que todos los datos necesarios estén debidamente capturados y corregidos es esencial para la integridad del trabajo realizado. Esta revisión garantiza que no se omita ningún detalle relevante y que los datos sean coherentes con la realidad del campo.

V. Aprobación final de la información: El último paso es crucial, ya que es donde se certifica que la información recopilada cumple con los estándares establecidos y está lista para su uso en las fases posteriores. La aprobación final garantiza que los datos sean precisos, completos y útiles para la toma de decisiones y el análisis del cumplimiento de las obligaciones fiscales de los contribuyentes.

3.6. PROCESAMIENTO Y CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Con la información proveniente de campo se realizarán los cruces con las bases de datos existentes y generarán las estadísticas relativas a tales datos; de este modo las subactividades propuestas son:

I. Cruce de datos existentes con los datos hallados en terreno: con el fin de obtener un cuadro comparativo entre lo que se halló en terreno y lo que tiene registrado cada entidad

II. Se clasificará la información de la siguiente forma:

- Los sujetos pasivos del ICA se clasifican por tipo de contribuyente, se cruzan las distintas bases de datos para la detección de inconsistencias y la posterior depuración de la base de contribuyentes del ente territorial objeto de esta propuesta.
- Se clasificará la información obtenida según el tipo de visita así:

  - **VISITAS EFECTIVAS**: Son aquellas en donde se logra obtener toda la información del establecimiento, estas visitas se encuentran divididas en tres tipos:

a) **Atendidas:** Son aquellas en donde se obtiene la información a través de las encuestas aplicadas a los comerciantes, estas contienen; Información completa del establecimiento, fotografías tanto de la fachada como del comprobante de visita y una copia del RUT ésta última depende de si fue o no suministrada por la persona entrevistada.

b) **No obligatorias:** Son aquellas en las que el establecimiento a visitar es ampliamente conocido, como es el caso de los almacenes de cadena, sucursales bancarias, entre otros, en donde ya se tiene la información precargada obtenida de fuentes secundarias y no es necesario visitarlos. Ante estos comercios solo se especifica la dirección en donde se encuentra ubicado y se realiza un registro fotográfico de la fachada.

c) **Recuperadas en Oficina**: Son aquellas encuestas en las que no se logró obtener la información del establecimiento a través de la visita realizada, ya sea porque no fue atendida o bien se encuentra catalogada entre las no posibles. En estos casos el número de identificación tributaria (NIT) se obtiene a través del trabajo en oficina; por ello este tipo de ficha de contribuyente solo contiene la información del establecimiento producto de la búsqueda en la plataforma web y la fotografía de la fachada tomada en campo el día de la visita.

- **VISITAS NO ATENDIDAS:** Son aquellas visitas a establecimientos comerciales en donde el comerciante se rehusó a atender la encuesta, y tampoco fue posible su identificación en oficina a través de la consulta del nombre comercial en el RUES; en este tipo de visita se especifica la dirección en donde se encuentra ubicado, el nombre comercial (si lo tiene) y se captura un registro fotográfico de la fachada.

- **ENCUESTAS NO POSIBLES:** Establecimientos cerrados en las dos visitas realizadas y no identificados en oficina.

3.7. PUBLICACIÓN Y ENTREGA

Esta última fase de la actividad está orientada a la generación del informe final y la entrega del acompañamiento realizado al municipio de Uribia. A continuación, se describen los entregables:

I. Generación de fichas informativas: Tras la clasificación y organización de la información alfanumérica y las imágenes recolectadas en terreno mediante el software CITYTAX, se generará una ficha por cada contribuyente. Estas fichas identificarán, entre otros datos, los comercios omisos en el pago de sus obligaciones. Se entregarán al cliente en formato PDF.

II. Base de datos de la información obtenida en campo: Se entregará un archivo en formato Excel con los elementos identificados en terreno por parte de CINTELI.

III. Base de datos con cruce de información existente: Se proporcionará una base de datos comparativa en formato Excel, que mostrará las diferencias entre los datos obtenidos en campo y los registrados en la base de contribuyentes de ICA del municipio de Uribia.

IV. Geovisor de consulta: Se desarrollará un geovisor que permitirá consultar la localización de cada establecimiento comercial identificado, junto con una fotografía de la fachada y la ficha del contribuyente correspondiente.

i. Nota: El geovisor operará mediante una cuenta ESRI, para lo cual CINTELI otorgará una licencia al municipio de Uribia por un periodo de un año. Posterior a este tiempo, el municipio deberá gestionar las renovaciones necesarias.

V. Socialización del proceso: Se llevará a cabo una sesión de socialización con el personal designado por el municipio de Uribia, en la cual se explicará el acompañamiento realizado y se presentarán los resultados obtenidos

4. ACTIVIDADES REPORTADAS

En el marco de la ejecución del contrato para el fortalecimiento de la estructura de recaudo del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) en el municipio de Uribia, se describen a continuación las actividades realizadas, las cuales corresponden al informe final de ejecución.

4.1. Bases de datos establecimientos comerciales:

4.1.1. Análisis y generación de estadísticas de la información actual del Municipio, a través del cotejo de la información existente previamente organizada y depurada

Para optimizar la gestión de la información fiscal y comercial, se realizaron cruces de información entre las bases de datos proporcionadas por la Secretaría de Hacienda, que incluyen tanto los contribuyentes registrados históricamente como aquellos que han efectuado pagos por concepto de Impuesto de Industria y Comercio (ICA) desde el año 2017 hasta el 2022.

Este proceso también incluyó la comparación con los registros suministrados por la Cámara de Comercio, la DIAN y el RUES (Registro Único Empresarial y Social). La triangulación de estas fuentes permitió verificar los registros existentes, identificar discrepancias y actualizar la información fiscal y comercial del municipio. Este esfuerzo es crucial para fortalecer la base de contribuyentes y facilitar futuras auditorías y acciones regulatorias.

El análisis reveló que existen 111 personas jurídicas que, a pesar de tener la matrícula mercantil activa en la Cámara de Comercio y un registro vigente en la DIAN, no se encuentran registradas en las bases de datos de la Secretaría de Hacienda ni figuran entre los 600 establecimientos visitados durante el proyecto. Esta situación representa una oportunidad clave para ampliar y mejorar la base de

contribuyentes del municipio, lo que puede traducirse en un aumento potencial del recaudo del impuesto ICA.

La evidencia de este cruce de información se encuentra disponible en el anexo denominado: “ANEXO_1_BD_PERS_JURIDICAS_CC_DIAN_NO_HACIENDA”.

4.2. Censo

4.2.1. Plano con sectorización de la ciudad para organizar el recorrido diario de encuestadores.

El municipio se dividió en 530 polígonos de trabajo, de los cuales se identificó actividad comercial en 170. Esta sectorización permitió lograr una cobertura completa de los establecimientos comerciales localizados dentro del perímetro urbano. A continuación, se presenta la distribución de los polígonos diseñados, clasificados en color verde para representar las áreas con actividad comercial identificada y en color amarillo para aquellas sin actividad comercial.

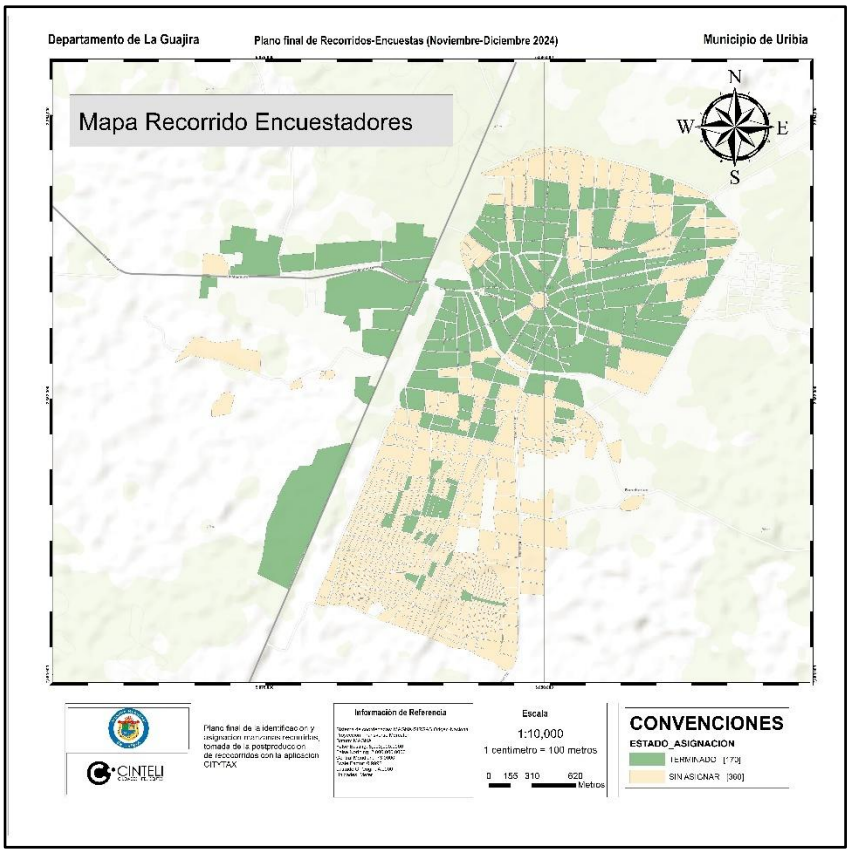


Ilustración 1 Polígonos visitados

Esta disposición tuvo como objetivo facilitar el trabajo de los equipos de campo, permitiéndoles una mejor organización de sus rutas diarias y asegurando una cobertura uniforme de las áreas comerciales.

El plano con los polígonos diseñados puede ser consultado en el anexo denominado: “ANEXO_2_POLIGONOS_DISEÑADOS.pdf”.

4.2.2. Reporte con la finalización de las visitas en campo a los establecimientos comerciales elaborando la encuesta

Las visitas en campo comenzaron el 27 de noviembre y finalizaron el 12 de diciembre del presente año. El censo se inició desde el centro del municipio y continuó hacia la parte noreste, priorizando las manzanas ubicadas entre la calle 12 y la calle 14, desde el obelisco hasta la intersección con la carrera 10. Este sector fue seleccionado para facilitar la curva de aprendizaje de los encuestadores, ya que presenta una alta densidad comercial, un flujo dinámico y zonas seguras. Esto permitió que los encuestadores adquirieran experiencia en un área estratégica y de alta actividad.

Tras completar la zona noreste, se continuó con el centro del municipio y posteriormente se abordó la zona de Cuatro Vías, reconocida por su concentración industrial. Finalmente, se realizaron visitas al sector de La Invasión

A continuación, se presenta el plano con la distribución geográfica de los establecimientos comerciales visitados. Este documento permite visualizar el avance de las encuestas y la cobertura lograda durante la ejecución del proyecto.

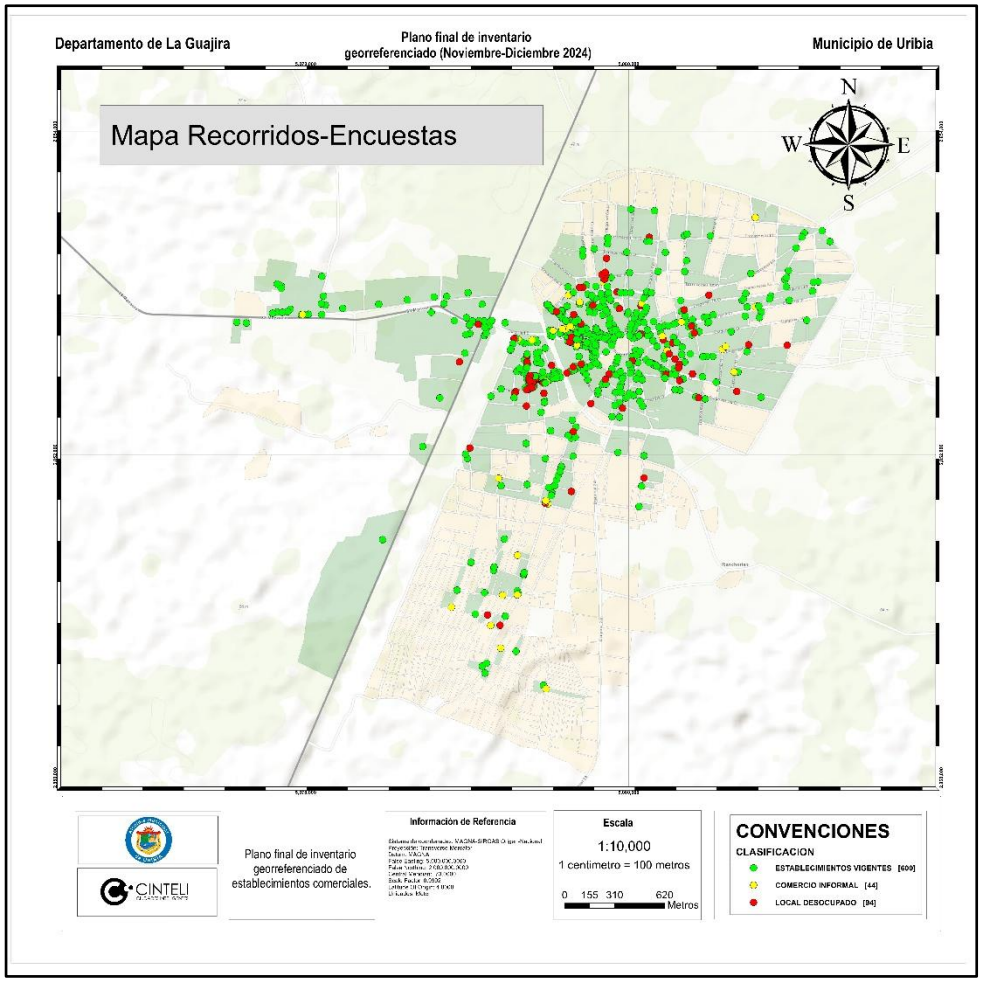


Ilustración 2 visitas a establecimientos comerciales

En el anexo llamado "ANEXO_3_PLANO_INVENTARIO_ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.pdf" se puede consultar el plano con la localización de los establecimientos inventariados

4.2.3. Estadísticas a partir de la terminación de visitas en campo

A continuación, se presentan las estadísticas correspondientes a las encuestas realizadas. De un total de 600 encuestas, la información se clasifica según la tipología de visita de la siguiente manera:

- Clasificación por tipo de visita:

  - **VISITAS EFECTIVAS**: Son aquellas en donde se logra obtener toda la información del establecimiento, estas visitas se encuentran divididas en tres tipos:

    a) **Atendidas:** Son aquellas en donde se obtiene la información a través de las encuestas aplicadas a los comerciantes, estas contienen; Información completa del establecimiento, fotografías tanto de la fachada como del comprobante de visita y una copia del RUT ésta última depende de si fue o no suministrada por la persona entrevistada.

    b) **No obligatorias:** Son aquellas en las que el establecimiento a visitar es ampliamente conocido, como es el caso de los almacenes de cadena, sucursales bancarias, entre otros, en donde ya se tiene la información precargada obtenida de fuentes secundarias y no es necesario visitarlos. Ante estos comercios solo se especifica la dirección en donde se encuentra ubicado y se realiza un registro fotográfico de la fachada.

    c) **Recuperadas en Oficina**: Son aquellas encuestas en las que no se logró obtener la información del establecimiento a través de la visita realizada, ya sea porque no fue atendida o bien se encuentra catalogada entre las no posibles. En estos casos el número de identificación tributaria (NIT) se obtiene a través del trabajo en oficina; por ello este tipo de ficha de contribuyente solo contiene la información del establecimiento producto de la búsqueda en la plataforma web y la fotografía de la fachada tomada en campo el día de la visita.

  - **VISITAS NO ATENDIDAS:** Son aquellas visitas a establecimientos comerciales en donde el comerciante se rehusó a atender la encuesta, y tampoco fue posible su identificación en oficina a través de la consulta del nombre comercial en el RUES; en este tipo de visita se especifica la dirección en donde se encuentra ubicado, el nombre comercial (si lo tiene) y se captura un registro fotográfico de la fachada.

TIPOLOGÍA	TOTAL	%	TIPO ENCUESTA	CANTIDAD	%
EFECTIVAS	477	80,0%	ATENDIDAS	368	61%
			RECUPERADAS EN OFICINA	101	17%
			NO OBLIGATORIAS	8	1%
NO ATENDIDAS	123	20,0%	NO BRINDAN INFORMACION	123	20%
TOTAL GENERAL	**600**	**100%**		**600**	**100%**

Tabla 1 tipología de encuestas

Como se observa en la tabla anterior, el 61% (368) de las encuestas corresponden a visitas atendidas, mientras que las encuestas "Recuperadas en Oficina" representan el 17% (101) y las encuestas no obligatorias alcanzan el 1% (8). Por su parte, el 20% (123) de las encuestas se catalogaron como no atendidas. La categoría de "No Atendidas" agrupa aquellas visitas en las que no se logró obtener la información requerida. Las razones de esta situación varían e incluyen la desconfianza por parte de los comerciantes para proporcionar datos, la ausencia de documentación en el negocio o la negativa explícita de las personas a ofrecer cualquier tipo de información al equipo encuestador.

Como valor agregado del inventario de 600 establecimientos comerciales, se incluyeron también los locales desocupados identificados durante la visita, así como las actividades comerciales informales detectadas. Esta información se presenta a continuación:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
LOCAL DESOCUPADO	94
COMERCIO INFORMAL	44
TOTAL GENERAL	**138**

Tabla 2 Locales desocupados y comercios informales

De acuerdo con la información presentada, se identificaron 94 locales comerciales desocupados. Esta información es de gran relevancia, ya que permite la geolocalización de estos espacios, los cuales podrían reactivarse con nuevas actividades económicas en el futuro. Asimismo, se detectaron 44 comerciantes que desarrollan su actividad de forma informal, como en el espacio público, lo que constituye un aspecto clave para la toma de decisiones en materia de ordenamiento y control del comercio informal.

- Identificación de los establecimientos mediante avisos o tableros:

  En relación con la identificación de los establecimientos mediante avisos o tableros, se ha encontrado que, de los 600 comercios visitados, 495 (83%) cuentan con un aviso o tablero en la fachada. El 18% restante, es decir, 105 establecimientos, no poseen ninguna identificación visible en su fachada. Esta información se presenta a continuación:

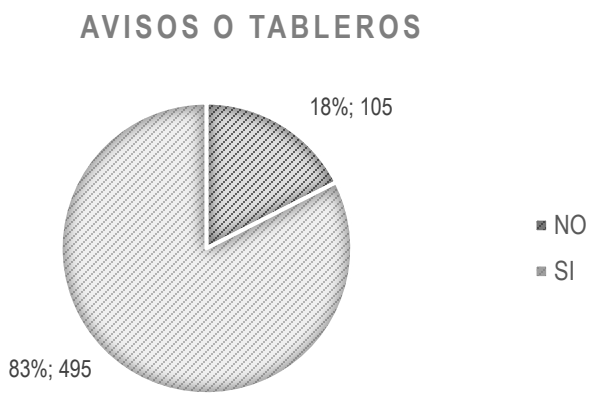


Tabla 3 porcentaje de avisos y tableros encontrados

A continuación, se presentan ejemplos de establecimientos con y sin avisos en su fachada, con el fin de ilustrar la diferencia entre ambas categorías.





Ilustración 3 Ejemplos establecimientos con aviso y sin aviso

- Con respecto a las actividades económicas más desarrolladas en el municipio

  En el análisis realizado sobre 600 establecimientos visitados y georreferenciados, se identificaron las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio.

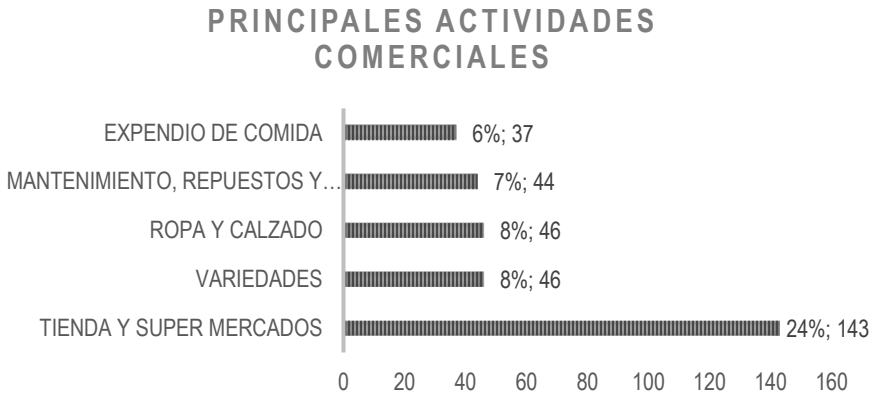


Gráfico 1 Actividades económicas principales en Uribia

Según los datos presentados en el gráfico, las tiendas y supermercados lideran con el 24% (143) del total de establecimientos. Les siguen los almacenes de variedades y los de ropa y calzado, ambos con un 8% (46). Los talleres automotrices ocupan el cuarto lugar con un 7% (44), mientras que los restaurantes representan el 6% (37) de las actividades identificadas.

- Suministro de copias de Rut:

  En el inventario realizado a los establecimientos, se analizó la entrega de copias del Registro Único Tributario (RUT) por parte de los comerciantes.

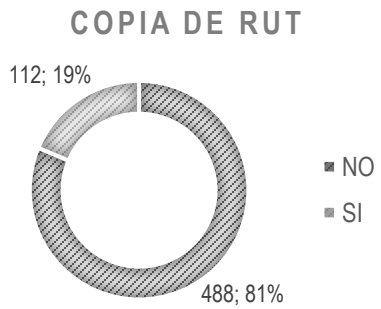


Gráfico 2 copias de RUT aportadas por los comerciantes en el censo realizado

Los resultados indican que únicamente el 20% (112 establecimientos) proporcionaron copia de su RUT. Por el contrario, el 81% restante, equivalente a 488 establecimientos, no entregó esta documentación.

- A la pregunta si el propietario del establecimiento se identifica como parte de algún grupo étnico, se tiene:

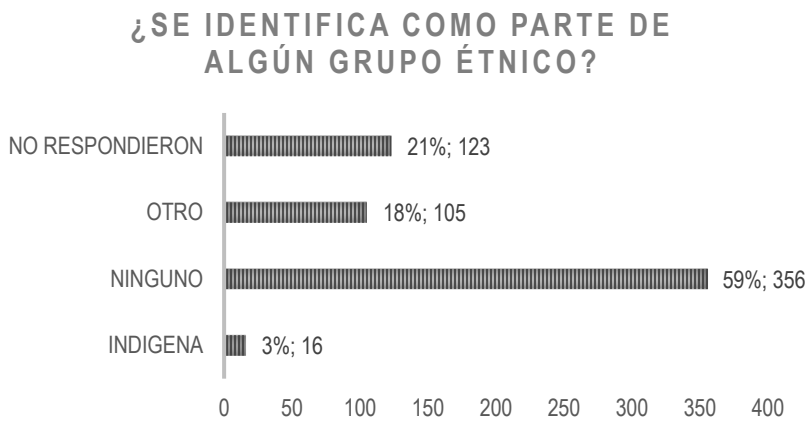


Gráfico 3. Respuesta a la pregunta ¿El establecimiento cuanto con algún crédito?

El análisis revela que el 21% (123 establecimientos) no respondieron la encuesta. Por su parte, el 18% (105) manifestó pertenecer a otro grupo étnico, mientras que el 59% (356) indicó no identificarse con ningún grupo étnico. Finalmente, solo el 3% (16) se reconoció como indígena.

Finalmente, se presentan algunas fotografías de los establecimientos comerciales visitados durante la realización de las encuestas, como parte del estudio.

FACHADAS ESTABLECIMIENTOS	
	

Tabla 4 Establecimientos visitas en las zonas priorizadas

4.3. Clasificación de la información

4.3.1. Consolidación de la base de datos con información capturada en campo

Se consolidó una base de datos que integra la información de los 600 establecimientos comerciales identificados durante las visitas de campo en el casco urbano del municipio de Uribia. Esta base de datos reúne los resultados del inventario y registra los detalles alfanuméricos de cada establecimiento, georreferenciando los puntos de encuesta para facilitar su consulta y análisis.

Este proceso de consolidación es fundamental para la correcta gestión de la información recolectada, ya que proporciona una visión clara y organizada de los datos obtenidos en campo. La base de datos es clave para futuras auditorías, análisis de cobertura y regularización de establecimientos, además de ser un insumo vital para las autoridades municipales en la toma de decisiones. Al contar con una referencia georreferenciada y estructurada, la administración local podrá identificar con mayor precisión las zonas comerciales y definir estrategias de acción en términos de formalización, tributación y desarrollo económico.

El archivo adjunto, titulado “ANEXO_4_BD_ESTABLECIMIENTOS_VISITADOS.xlsx”, contiene cuatro hojas con la siguiente información:

1. **VISITAS_EFECTIVAS**: Describe la información detallada de los establecimientos comerciales que respondieron la encuesta.
2. **VISITAS_NO_ATENDIDAS**: Incluye la información de los establecimientos comerciales que no proporcionaron toda la información requerida en la encuesta.
3. **COMERCIO INFORMAL**: Detalle de los comerciantes informales identificados en el municipio.
4. **LOCALES_DESOCUPADOS**: Información de los locales comerciales desocupados o abandonados.

4.3.2. Cruce de bases de datos existentes con la información obtenida en campo.

Se realizó el cruce de información con los 477 establecimientos encuestados bajo la tipología de visita efectiva, es decir, aquellas en las que se logró recopilar la información completa, incluyendo el Número de Identificación Tributaria (NIT) del establecimiento. A partir de este análisis, se generaron las

siguientes estadísticas que reflejan el nivel de formalización y registro de los comercios en el municipio, así como otros indicadores clave de la actividad comercial.

Este cruce de datos permite identificar patrones de formalidad y cumplimiento tributario, lo cual es crucial para comprender la estructura económica del municipio. Además, facilita la planificación de estrategias para aumentar la eficiencia fiscal y apoyar la formalización de los establecimientos que aún no están completamente regularizados.

4.3.2.1. Reporte y análisis de los resultados provenientes del cruce con la cámara de comercio

Se contrastaron los datos de los establecimientos encuestados con la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio del municipio de Uribia. A partir de este análisis, se obtuvieron las siguientes estadísticas:

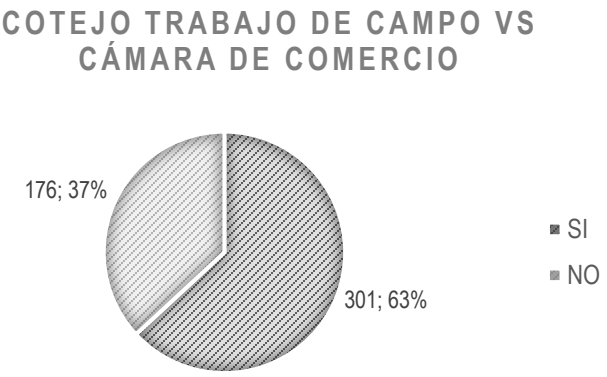


Gráfico 4 Cotejo trabajo de campo vs información Cámara de Comercio

El cruce de información entre los comercios identificados en las encuestas efectivas y la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Uribia reveló que el 63% (301) de estos establecimientos están formalmente registrados, mientras que el 37% (176) no cuentan con dicho registro.

Este hallazgo muestra una brecha considerable en la formalización de los establecimientos comerciales en el municipio. La ausencia de registro en la Cámara de Comercio implica que una gran parte de los comercios no están cumpliendo con los requisitos legales y normativos necesarios para operar formalmente, lo que puede tener implicaciones tanto para la competitividad empresarial como para la economía local.

Por otro lado, en cuanto al estado de la matrícula mercantil de las personas naturales y jurídicas mencionadas anteriormente, se identificaron los siguientes resultados:

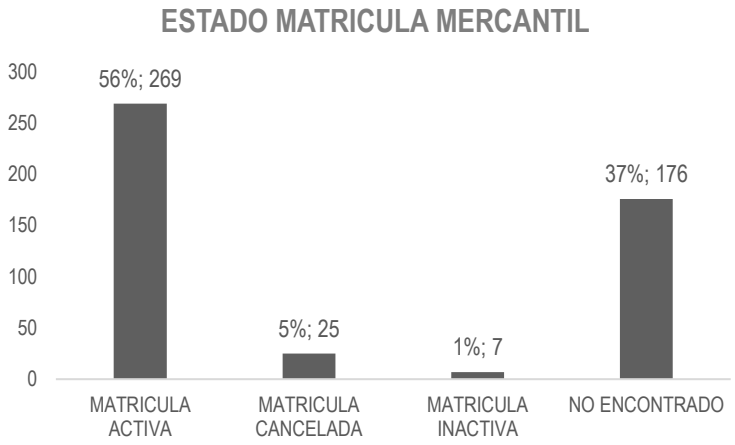


Grafico 5 Estado matricula mercantil

De los 477 establecimientos comerciales analizados, 269 cuentan con una matrícula activa, lo que representa el 56% del total. En contraste, un 5% (25 establecimientos) presentan una matrícula cancelada, mientras que un 1% (7 establecimientos) tienen una matrícula mercantil inactiva. Finalmente, el 37% restante, correspondiente a 176 establecimientos, representa a aquellos que no están registrados en la Cámara de Comercio del municipio.

Este análisis revela que una parte considerable de los establecimientos opera fuera del marco legal o con registros desactualizados, lo que podría impactar negativamente en la formalidad del sector comercial y en la capacidad del municipio para implementar estrategias de desarrollo económico.

En este contexto, es fundamental implementar estrategias de sensibilización y acompañamiento dirigidas a estos comerciantes, con el objetivo de fomentar su formalización y reincorporación plena al sistema económico formal, promoviendo así un desarrollo económico más ordenado y sostenible.

Para una consulta más detallada de la información obtenida a partir del cruce de datos, se incluye el archivo adjunto titulado “ANEXO_5_BD_CAMPO_VS_CCOMERCIO.xlsx”.

4.3.2.2. Reporte y análisis de los resultados provenientes del cruce con la DIAN

Se realizó una consulta individual de cada establecimiento en la página web de la DIAN. A partir de este análisis, se presentan las siguientes estadísticas, que permiten una visión detallada de la formalización de los establecimientos comerciales en el municipio.

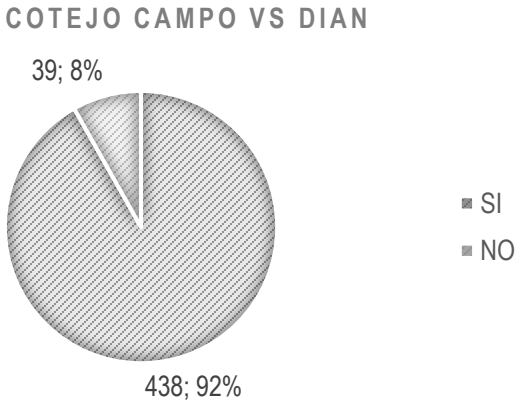


Gráfico 6 Cotejo trabajo de campo vs info Dian

El análisis arrojó que el 92% de los establecimientos (438 comercios) se encuentran registrados en la DIAN, lo que evidencia un alto nivel de formalización tributaria en la zona. No obstante, el 8% restante (20 establecimientos) no está registrado, lo que representa una oportunidad para fortalecer los procesos de sensibilización y regularización fiscal.

En cuanto al Estado del Rut de los que se encuentran registrados en la Dian se tiene:



Gráfico 7 Estado Rut

El análisis realizado muestra que 422 comercios, equivalentes al 88%, mantienen su RUT activo. Este dato refleja un alto nivel de cumplimiento tributario por parte de los comerciantes del municipio, quienes evidencian un compromiso con la Unidad Administrativa Especial de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Por otro lado, 16 establecimientos (3%) presentan su RUT suspendido, lo que podría estar relacionado con inactividad comercial, irregularidades en la documentación o incumplimiento de requisitos fiscales. Finalmente, 39 comercios (8%) no están registrados en la DIAN, lo que resalta una oportunidad para fortalecer las acciones de formalización y sensibilización tributaria en el municipio.

Para un análisis más detallado, se encuentra disponible el archivo adjunto titulado “ANEXO_6_BD_CAMPO_VS_DIAN.xlsx”, que contiene la información derivada del cruce de datos.

4.3.2.3. Reporte y análisis de los resultados provenientes del cruce con la Secretaría de Hacienda

Se realizó un cruce de información entre las encuestas efectivas y las bases de datos proporcionadas por la Secretaría de Hacienda. Estas bases incluyen tanto a los contribuyentes registrados históricamente como a aquellos que han presentado declaraciones del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) entre los años 2017 y 2022. Este análisis permitió obtener estadísticas relevantes que ofrecen una visión detallada sobre el nivel de formalización y cumplimiento tributario de los establecimientos comerciales en el municipio.

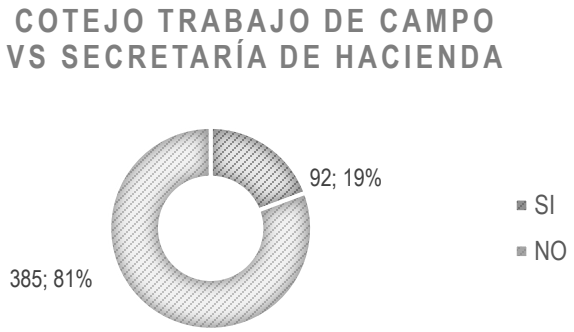


Gráfico 8. Cotejo campo vs Secretaria de Hacienda

El análisis reveló que 385 establecimientos comerciales, equivalentes al 81%, no están registrados en la base de datos de la Secretaría de Hacienda, a pesar de encontrarse operativos y ejerciendo actividad económica. Esto significa que estos comercios no han presentado ninguna declaración tributaria ante esta entidad, por lo que no figuran en los registros oficiales de la alcaldía.

- Implicaciones y desafíos

  Este hallazgo plantea una problemática significativa en relación con la informalidad y la evasión fiscal. La ausencia de registro de estos establecimientos no solo representa una pérdida considerable de ingresos fiscales para el municipio, sino que también crea un entorno comercial desigual, donde los negocios formales deben asumir una carga tributaria que no es compartida por los informales

- Oportunidades para mejorar la formalización
  - La identificación de este amplio porcentaje de comercios no registrados brinda una oportunidad para que la administración municipal:
  - Fortalezca los procesos de sensibilización y educación tributaria, informando a los comerciantes sobre la importancia y beneficios de la formalización.
  - Implemente planes de regularización que faciliten el registro y presentación de declaraciones, reduciendo barreras administrativas.
  - Establezca incentivos fiscales, como descuentos temporales en multas o facilidades de pago para fomentar el cumplimiento tributario voluntario.

En conclusión, abordar esta situación no solo aumentaría los ingresos fiscales del municipio, sino que también promovería la equidad tributaria y fortalecería el desarrollo económico local

Por otro lado, con respecto al estado de la matricula que posee el contribuyente se evidencia:

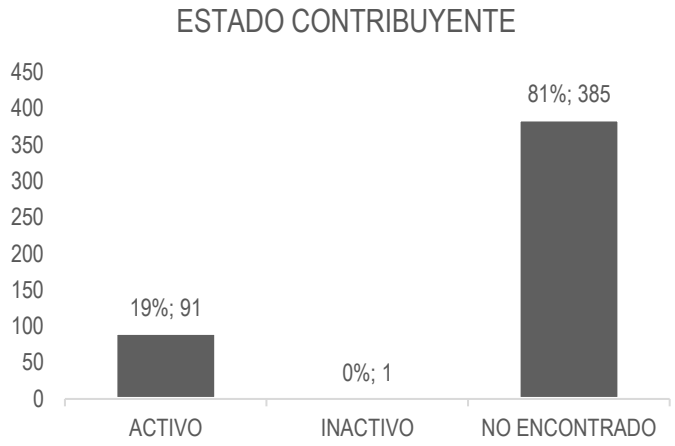


Gráfico 9 Estado Matricula Hacienda

El análisis de los datos muestra que 91 contribuyentes, equivalentes al 19%, mantienen una matrícula activa, lo que refleja un nivel aceptable de formalización en este segmento. Por otro lado, se identifica un único contribuyente con matrícula inactiva, situación que podría estar relacionada con cese de actividades o incumplimiento de obligaciones tributarias.

El dato más preocupante es que el 81% restante corresponde a contribuyentes no registrados en la base de datos de la Secretaría de Hacienda, lo que significa que una gran mayoría de los establecimientos comerciales operan al margen de las normativas fiscales locales.

En el anexo titulado "ANEXO_7_BD_CAMPO_VS_HACIENDA.xlsx" se presenta la información completa derivada del cruce.

4.3.2.3.1. Clasificación de la información de acuerdo con el cotejo de los datos provenientes de la Secretaría de Hacienda.

Se llevó a cabo un análisis detallado de los establecimientos comparándolas con los registros de la base de datos de la Secretaría de Hacienda del municipio. Este proceso permitió establecer la siguiente clasificación de los establecimientos comerciales:

- CON PAGOS: se refiere aquellos establecimientos comerciales que han realizado algún pago por concepto de ICA entre las vigencias 2017 y 2022.
- OMISO REGISTRADO: son aquellos que se encuentran en la base de datos de histórica del municipio, pero no en la de pagos, es decir que nunca han presentado declaración por concepto de industria y comercio.
- OMISO NO REGISTRADO: Establecimientos que no figuran en ninguna base de datos de la Secretaría de Hacienda, pero que están operando y ejerciendo una actividad económica en el municipio.

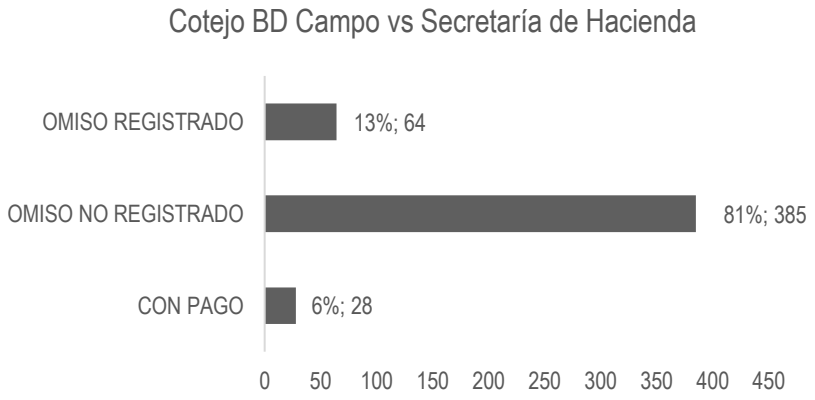


Gráfico 10 Clasificación tributaria

El análisis evidenció que 28 establecimientos comerciales, equivalentes al 6%, están clasificados como "CON PAGO". Esto indica que estos comercios han presentado declaración por concepto de Industria y Comercio en alguna de las vigencias comprendidas entre 2017 y 2022.

Por su parte, 64 establecimientos, que representan el 13%, fueron clasificados como "OMISOS REGISTRADOS". Estos comercios figuran en algún momento en la base de datos histórica del municipio, pero no han presentado ninguna declaración tributaria correspondiente al Impuesto de Industria y Comercio.

Finalmente, se identificaron 386 establecimientos comerciales, equivalentes al 81%, bajo la categoría de "OMISOS NO REGISTRADOS". Esto significa que estos negocios no están registrados en las bases de datos de la Secretaría de Hacienda, a pesar de estar operando y generando actividad económica en el municipio. Esta situación representa una oportunidad significativa para actualizar y fortalecer la base de contribuyentes, mejorando la cobertura y el control tributario de la entidad.

En el anexo titulado "ANEXO_8_BD_CAMPO_VS_HACIENDA_CLASIFICACION.xlsx" se presenta la información completa derivada del cruce. Este anexo incluye cuatro hojas para facilitar la consulta y el análisis:

1. **BD_GENERAL: Incluye la información general de las encuestas atendidas (477) .**
2. **OMISOS_NO_REGISTRADOS: Lista los establecimientos comerciales que no están registrados en las bases proporcionadas por la entidad.**
3. **OMISOS_REGISTRADOS**: Incluye los establecimientos comerciales presentes solo en la base histórica del municipio, pero que no figuran en las bases de omisos ni de pagos entre las vigencias 2017-2022.
4. **CON_PAGO**: Lista los establecimientos comerciales que realizaron pagos entre las vigencias 2017 y 2022.

4.4. Elaboración y entrega de productos finales

4.4.1. Consolidación de la base de datos con información capturada en campo

Se entrega una base de datos consolidada que abarca información de 600 establecimientos comerciales, 44 comercios informales y 94 locales desocupados, recopilada directamente en campo.

Para los establecimientos clasificados bajo la tipología de visita efectiva —aquellos en los que se logró recopilar información completa, incluido el Número de Identificación Tributaria (NIT)—, los datos fueron complementados con información proveniente de las bases de la DIAN, la Cámara de Comercio y la Secretaría de Hacienda. Este proceso de cruce permitió obtener un panorama integral y detallado de cada contribuyente, enriqueciendo la calidad y utilidad de la información.

La información está organizada y disponible en los siguientes anexos:

- ✓ "ANEXO_9_BD_ALFANUMERICA_INVENTARIO.xlsx": Incluye todos los datos recolectados en campo y los resultados de los cruces realizados con las bases de datos externas.
- ✓ "ANEXO_10_BASE_GEOGRAFICA_INVENTARIO.zip": Contiene la base geográfica con los comercios georreferenciados, lo que permite visualizar la ubicación exacta de cada establecimiento encuestado.

Estos productos finales constituyen herramientas clave para el análisis, la gestión y la toma de decisiones por parte de las autoridades locales, apoyando el diseño de estrategias orientadas a fortalecer la formalización y el desarrollo del sector comercial en el municipio.

4.4.2. Entrega de las fotografías de fachada de cada establecimiento comercial visitado

Se entregan un total de 738 fotografías correspondientes a los establecimientos visitados, clasificadas de la siguiente manera:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
600	ESTABLECIMIENTOS FORMALES VISITADOS IN SITU.
44	COMERCIOS INFORMALES IDENTIFICADOS DURANTE EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.
94	LOCALES DESOCUPADOS.
738	**TOTAL GENERAL**

Tabla 5 Fachadas entregadas

Estas imágenes desempeñan un papel fundamental por varias razones:

- **Validación de Datos:** Las fotografías permiten verificar la exactitud de la información recopilada en las encuestas. Al comparar las imágenes con los datos registrados, se asegura que la información es precisa y que corresponde correctamente al establecimiento en cuestión.
- **Evidencia Visual:** Proporcionan evidencia visual del estado actual y la identidad de cada establecimiento. Esto es crucial para la corroboración de las características reportadas y para tener un registro visual confiable que respalde la información recopilada.
- **Transparencia y Verificación:** Las imágenes ayudan a mantener la transparencia del proceso de investigación, permitiendo que cualquier revisión futura pueda realizarse con base en evidencia concreta. Esto facilita la verificación externa y aumenta la confianza en

la validez de los datos.

Las fotografías están organizadas y disponibles para su consulta detallada en las siguientes carpetas, incluidas en el anexo **"**ANEXO_11_FOTOGRAFÍAS_FACHADA_INVENTARIO.zip**"**:

- **Fachadas_Establecimientos**: Contiene las imágenes de los 600 establecimientos visitados.
- **Fachadas_Informales**: Incluye las fotografías de los 44 comercios informales identificados durante el levantamiento de información.
- **Fachadas_Desocupados**: Alberga las imágenes de los 94 locales desocupados documentados.

Este anexo permite acceder de manera organizada a la información visual de cada establecimiento registrado, facilitando su análisis y consulta.

4.4.3. Entrega de los Comprobantes de visita de cada establecimiento comercial encuestado bajo la tipología de visita atendida

Se entregan 368 fotografías correspondientes a los comprobantes de visita de los establecimientos comerciales encuestados bajo la categoría de "visita atendida". Estas fotografías cumplen funciones clave, destacadas a continuación:

- **Verificación de la Ejecución de la Encuesta:** Los comprobantes de visita proporcionan evidencia tangible de que la encuesta se llevó a cabo de manera efectiva. Muestran que el establecimiento fue visitado y que se cumplió con el procedimiento de encuesta, lo cual es esencial para confirmar la validez de los datos recogidos.
- **Aseguramiento de la Validez y Transparencia:** Las fotografías actúan como prueba visual de la interacción con el establecimiento, ayudando a garantizar la transparencia del proceso de recolección de datos. Esto refuerza la confianza en la exactitud y la integridad del trabajo realizado.
- **Facilitación de la Auditoría y Seguimiento:** Esta documentación adicional es valiosa para la auditoría y el seguimiento de la calidad del trabajo. Permite una revisión detallada y un análisis de la ejecución del proceso de recolección, facilitando la identificación y corrección de posibles inconsistencias.

Estas fotografías se pueden consultar de manera detallada en anexo denominado "ANEXO_12_FOTOGRAFÍAS_COMPROBANTES.zip".

4.4.4. Entrega de los Fotografías de los RUT de los establecimientos comerciales que lo suministraron al momento de la visita

Se ha realizado la entrega de 112 fotografías del RUT de los establecimientos comerciales que proporcionaron este documento durante la visita. Estas fotografías son esenciales para verificar la identidad y la legalidad del establecimiento, ya que el RUT sirve como prueba de su registro formal y su conformidad con las normativas fiscales. La entrega de estas imágenes garantiza la integridad de la información recopilada y facilita la confirmación de que los datos del establecimiento son precisos y completos.

Estas fotografías se pueden revisar en la carpeta "RUT" del anexo denominado "ANEXO_13_FOTOGRAFÍAS_RUT.zip".

4.4.5. Generación y entrega de las fichas del contribuyente

Como resultado del proceso de identificación, georreferenciación y clasificación de los establecimientos comerciales en el municipio de Uribia, se entregan 738 fichas distribuidas de la siguiente manera:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
600	ESTABLECIMIENTOS FORMALES VISITADOS IN SITU.
44	COMERCIOS INFORMALES IDENTIFICADOS DURANTE EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.
94	LOCALES DESOCUPADOS.
738	**TOTAL GENERAL**

Tabla 6 Distribución fichas entregadas

Estas fichas varían según el tipo de visita realizada, detallándose a continuación:

4.4.5.1. Ficha del contribuyente para encuestas efectivas – atendidas

Esta ficha incluye la información recopilada en campo, junto con un cuadro comparativo que muestra el cotejo con otras bases de datos. Además, contiene la fotografía de la fachada, los datos generales del establecimiento comercial y su ubicación georreferenciada.



Ilustración 4 ficha de establecimiento de encuestas efectiva – atendida

4.4.5.2. Ficha del contribuyente para encuestas efectivas – no obligatorias

Esta ficha presenta la información previamente disponible en las bases de datos del comercio, acompañada de un cuadro comparativo que incluye el cotejo con otras fuentes de datos. También incorpora la fotografía de la fachada, los datos generales del establecimiento comercial y su ubicación georreferenciada.



Ilustración 5 ficha de establecimiento de encuestas efectiva – no obligatoria

4.4.5.3. Ficha del contribuyente para encuestas efectivas –recuperadas en oficina

Esta ficha recopila la información obtenida a través de la búsqueda del nombre comercial en las plataformas RUES y en la página web de e_Informa. Incluye un cuadro comparativo con el cotejo de las distintas bases de datos, la fotografía de la fachada, los datos generales del establecimiento comercial y su ubicación georreferenciada.

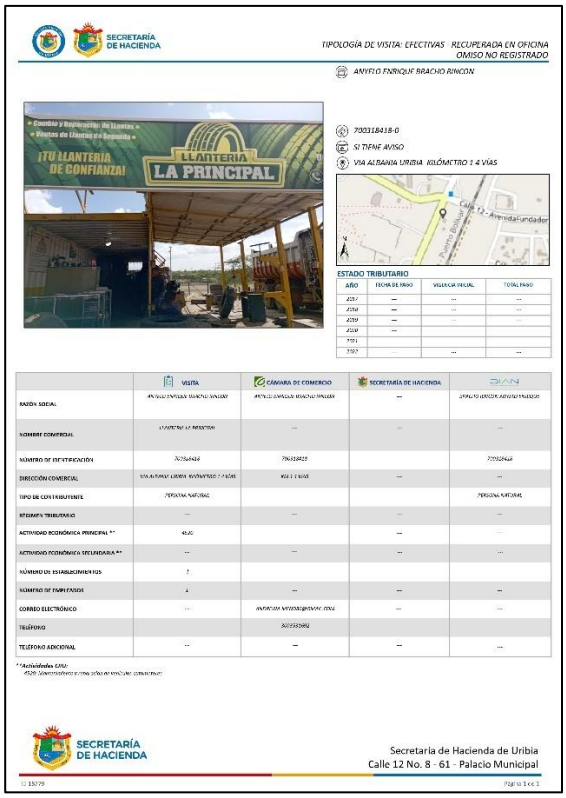


Ilustración 6 ficha de establecimiento de encuestas efectiva – recuperada en oficina

4.4.5.4. Ficha del contribuyente para encuestas no atendidas – no brindan información:

La ficha correspondiente a encuestas no atendidas incluye el nombre comercial del establecimiento, si está disponible, junto con la dirección, una fotografía de la fachada y su ubicación georreferenciada. Estas fichas documentan aquellos casos en los que no fue posible realizar la encuesta debido a la negativa del establecimiento a proporcionar la información requerida durante la visita.



Ilustración 7 ficha de establecimiento de encuestas no atendida– no brindan información

Las fichas de los establecimientos visitados están organizadas y disponibles para su consulta detallada en las siguientes carpetas, incluidas en el anexo denominado. "ANEXO_14_FICHAS_ESTABLECIMIENTOS_VISITADOS.zip".

- **Fichas_Establecimientos**: Contiene las fichas de los 600 establecimientos visitados.
- **Fichas_Informales**: Incluye las fichas de los 44 comercios informales identificados durante el levantamiento de información.
- **Fichas_Desocupados**: Alberga las fichas de los 94 locales desocupados georreferenciado

Este anexo ofrece acceso organizado a la información visual y detallada de cada establecimiento registrado, facilitando su análisis y consulta.

4.4.6. Cargue de información a la plataforma web

Se efectuó el cargue de la información alfanumérica y geográfica recopilada durante las encuestas realizadas en el municipio de Uribia. Esto incluyó:

- **738** fotografías de fachada.
- **368** comprobantes de visita.
- **112** copias de RUT.
- **738** fichas en formato PDF.

Toda esta información fue integrada al visor web que será entregado como producto final, permitiendo una consulta centralizada, organizada y accesible de los datos recopilados durante el proceso.

4.4.7. Entrega del visor geográfico

El visor geográfico CITYTAX es una aplicación SIG (Sistema de Información Geográfica) web personalizada e interactiva, fácil de utilizar, diseñada con una interfaz intuitiva que es compatible con computadoras de escritorio, tabletas y teléfonos inteligentes.

Para acceder a la plataforma se debe ingresar a la siguiente URL, utilizando las credenciales proporcionadas:

DESCRIPCIÓN	CREDENCIALES
URL:	https://citytaxsoft.com/uribia/visor
USUARIO:	HACURIBIA
CLAVE:	H4c13nd4*

Tabla 7 Credenciales visor de consulta

El objetivo principal del visor geográfico CITYTAX es centralizar y georreferenciar los establecimientos comerciales que fueron encuestados en terreno. Con esta herramienta, es posible realizar consultas detalladas utilizando los siguientes criterios de búsqueda:

- Nombre de Establecimiento Comercial
- Razón Social
- Número de Identificación o NIT
- Código CIIU
- Tipología de Visita

- Novedad
- Tipo de Comercio
- Sector Comercial

Al realizar cualquiera de estas consultas, se visualizará en el mapa del municipio el establecimiento comercial correspondiente, junto con su información detallada, la ficha informativa y los registros fotográficos asociados, según la tipología de visita realizada.

La plataforma se presenta con un diseño amigable y funcional, optimizada para brindar una experiencia de usuario fluida en diferentes dispositivos.

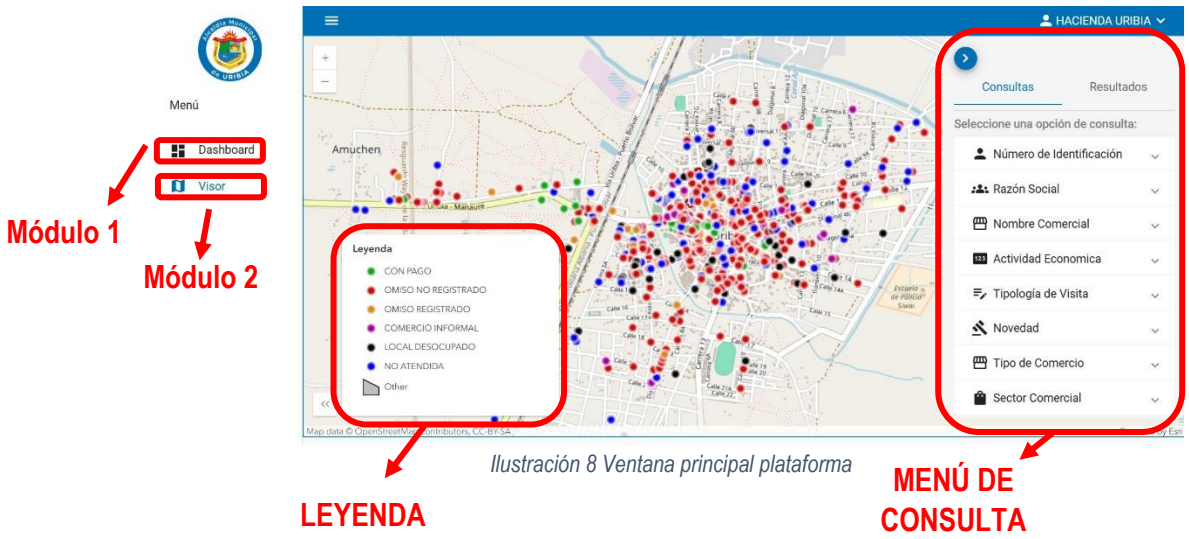


Ilustración 8 Ventana principal plataforma

El sistema ofrece un menú en la parte superior izquierda con los siguientes módulos:

I. I. En el primer módulo, titulado " Dashboard ", se presentan las estadísticas derivadas del análisis de los datos recolectados durante las visitas realizadas en el municipio de Uribia. Estas estadísticas están organizadas de la siguiente manera:

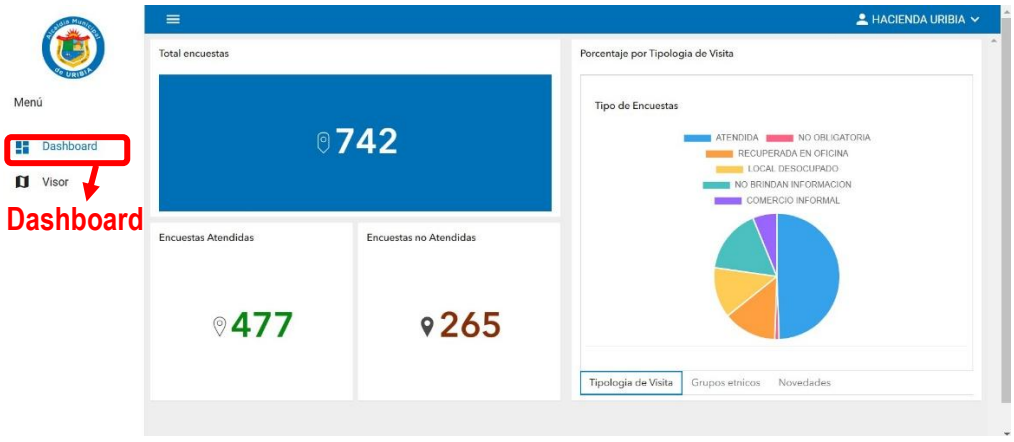


Ilustración 9 Ilustración 2 Módulo Dashboard

II. En el segundo módulo, titulado " Visor ", se muestra la localización de cada establecimiento comercial junto con su ficha informativa, que contiene toda la información

relevante sobre el establecimiento, así como las fotografías correspondientes a cada visita, clasificadas según su tipología. Cabe destacar que este módulo incluye un submódulo en la parte derecha de la pantalla, que consiste en un menú de consulta con criterios de búsqueda preestablecidos, permitiendo así una navegación más precisa de la información disponible.

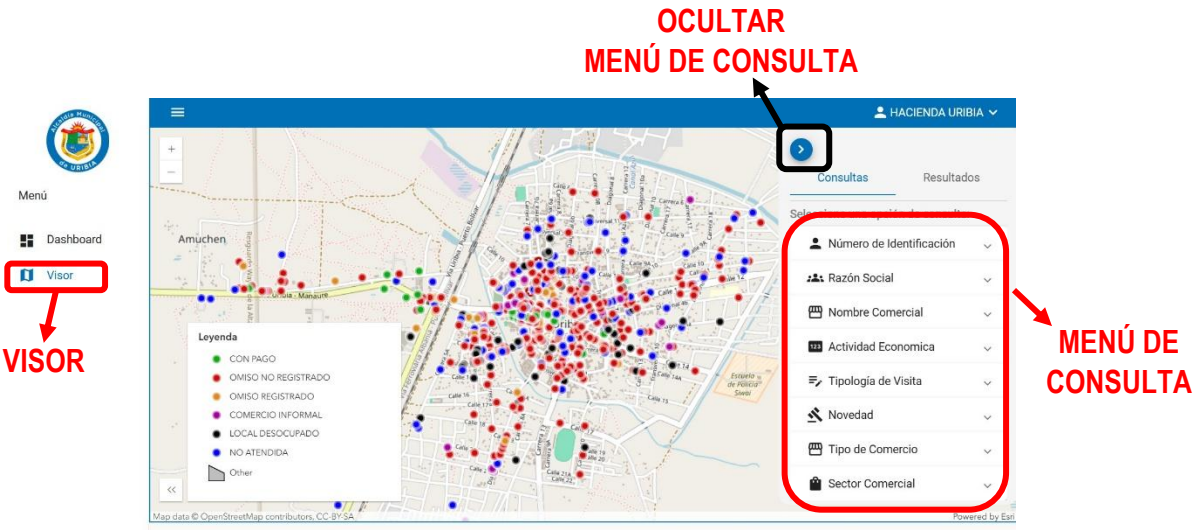


Ilustración 10 Modulo Visor

Este menú se puede ocultar y mostrar presionando clic en el icono ubicado en la parte superior derecha de la pantalla.

El menú de consulta es el módulo diseñado para buscar y acceder a los establecimientos comerciales georreferenciados en el marco del proyecto de fortalecimiento del recaudo. Este menú permite a los usuarios realizar búsquedas específicas según criterios predefinidos, tales como número de identificación, razón social, nombre comercial, actividad económica, dirección, tipología de visita, novedad, tipo de comercio y sector comercial. Con ello, se facilita la consulta eficiente de información relevante para la gestión tributaria, permitiendo una mejor organización y análisis territorial.

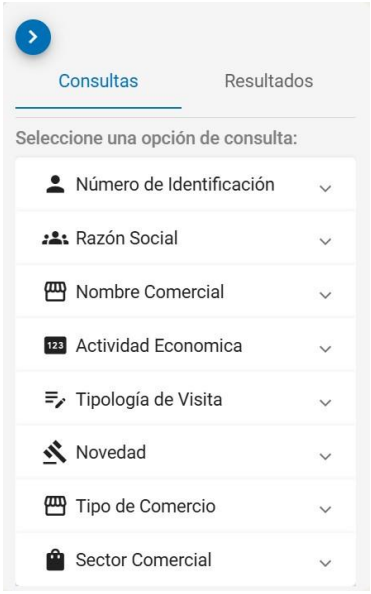


Ilustración 11 Menú de consultas

De acuerdo con este menú, es posible realizar consultas por los siguientes criterios: número de identificación, razón social, nombre comercial, actividad económica, dirección, tipología de visita y novedad, tipo de comercio y sector comercial. Para facilitar el uso de la plataforma, se encuentra disponible el archivo denominado "ANEXO_15_MANUAL_USUARIO_VISOR", en el cual se detalla el paso a paso para realizar las búsquedas y navegar de manera efectiva por la plataforma.

4.4.8. Socialización de resultados y capacitación a los funcionarios de la Secretaría de Hacienda en el manejo de la entregada

La capacitación y socialización de resultados será realizada el día definido por la Secretaría de Hacienda en las instalaciones que la entidad disponga, tendrá una duración de 4 horas en la cual se socializará el proyecto, los alcances y resultados de este, así como la plataforma web entregada. Se presentarán las herramientas creadas, los filtros que se pueden realizar, las estadísticas generadas y la importancia de la información que reposa en dicha plataforma.

Además, se dispondrá una mesa de ayuda por dos meses en la cual se tendrá personal idóneo para la solución de dudas o inconvenientes que se generen en el uso y manejo de la herramienta.

4.4.9. Consideración de segunda fase del contrato No 355 DEL 2024

En virtud del CONTRATO ELECTRÓNICO No 355 DEL 2024, cuyo objeto es la "*SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA DERECAUDO DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO - ICA EN EL MUNICIPIO DE URIBIA*", el cual contemplaba la visita a 600 comercios en el casco urbano del municipio, se informa que, tras completar la etapa precensal y realizar la totalidad de las visitas programadas, no se identificaron comercios adicionales en la zona urbana.

No obstante, surge la oportunidad de suscribir una nueva fase del contrato para el próximo año. Esta propuesta se fundamenta en el análisis de la información suministrada por la Cámara de Comercio del municipio, la cual revela la existencia de 130 establecimientos registrados en la zona rural del Cabo de la Vela. Estos establecimientos presentan los siguientes estados de matrícula mercantil:

ESTADO MATRICULA	CANTIDAD
ACTIVA	70
CANCELADA	50
INACTIVA	10
TOTAL GENERAL	**130**

Tabla 8 Estados matricula mercantil

En vista de lo anterior, se solicita formalmente la consideración de una Fase II del proyecto para el año 2025. Los objetivos de esta nueva fase serían los siguiente:

- **Actualizar la información de los contribuyentes existentes:** Revisar y depurar los datos de los contribuyentes registrados en la Secretaría de Hacienda, asegurando que su información esté completa, precisa y vigente.
- **Incorporar nuevos contribuyentes:** Identificar y registrar a los comerciantes que están operando sin estar formalmente incluidos en la base de datos municipal, garantizando su incorporación al sistema tributario.
- **Verificar el cese de actividades comerciales:** Confirmar de manera presencial que los establecimientos que han cancelado o tenga inactiva su matrícula hayan efectivamente cesado

sus operaciones comerciales, asegurando que los registros reflejen con precisión el cierre de sus empresas o establecimientos.

En este sentido, la implementación de una segunda fase del contrato no solo permitirá consolidar el trabajo realizado en la fase inicial, sino que también potenciará los esfuerzos de fiscalización, aumentará la base de contribuyentes y generará un impacto positivo en la sostenibilidad financiera del municipio de Uribia.

El soporte de este análisis se encuentra en el archivo denominado "ANEXO_16_ESTABLECIMIENTOS_CABO_DE_LA_VELA.xlsx".

4.4.10. Informe final - estatuto tributario municipio de Uribia

El Estatuto Tributario del Municipio de Uribia consiste en una serie de acuerdos que regulan diversos impuestos y contribuciones locales. Sin embargo, estos acuerdos se encuentran dispersos en múltiples documentos, lo cual complica su consulta y aplicación, tanto para los contribuyentes como para las autoridades encargadas de su administración. Esta fragmentación normativa limita la transparencia y dificulta el cumplimiento de las obligaciones tributarias, generando un impacto negativo en la eficiencia del recaudo.

Este análisis detalla la normativa vigente y propone una actualización integral de los tributos, así como ajustes procedimentales que se consideran necesarios para mejorar la gestión tributaria. Se propone consolidar los acuerdos en un único cuerpo normativo que permita una consulta más accesible y ágil, facilitando el entendimiento de los derechos y deberes de los contribuyentes y reduciendo las interpretaciones erróneas.

Adicionalmente, se incluye una propuesta de modificación de los tributos para alinearlos con las necesidades de desarrollo del municipio y las capacidades de los contribuyentes. Finalmente, se contemplan los ajustes procedimentales necesarios, orientados a fortalecer el proceso de recaudo y mejorar la eficiencia administrativa, asegurando una gestión tributaria más transparente, accesible y efectiva para Uribia.

- Acuerdos Vigentes
    1. Acuerdo 023 de 2008: Regula diversos tributos, entre ellos el impuesto predial unificado, el Impuesto de Industria y Comercio, y el Impuesto de Alumbrado Público, entre otros.
    2. Acuerdo 017 de 2020: Adopta, compila y actualiza la normatividad tributaria municipal, y regula aspectos relacionados con impuestos, tarifas y procedimientos fiscales.
    3. Acuerdo 014 de 2021: Concede condonación, exoneración y exclusión del Impuesto Predial Unificado a los predios del Ministerio de Defensa Nacional y el Ejército Nacional.
    4. Acuerdo 012 de 2022: Crea la estampilla para la justicia familiar, con el fin de financiar la Comisaría de Familia del Municipio, conforme a la Ley 2126 de 2021.
    5. Acuerdo 018 de 2021: Adopta el sistema de autorretención para el Impuesto de Industria y Comercio, además de incluir la retención sobre pagos con tarjeta de crédito y débito.

- Tributos Regulados en el Acuerdo 023 de 2008

  El Acuerdo 023 de 2008 regula una amplia gama de tributos que incluyen:

  - ✓ Impuesto Predial Unificado
  - ✓ Impuesto de Industria y Comercio
  - ✓ Impuesto de Avisos y Tableros
  - ✓ Impuesto de Alumbrado Público
  - ✓ Impuesto sobre Publicidad Exterior Visual
  - ✓ Impuesto de Espectáculos Públicos
  - ✓ Impuesto de Delineación Urbana
  - ✓ Impuesto de Degüello de Ganado Menor
  - ✓ Contribución Especial sobre Contratos de Obra Pública
  - ✓ Contribución de Valorización
  - ✓ Impuesto sobre vehículos, entre otros.

- Propuesta de Actualización, Modificación y supresión de Tributos

  Con base en el análisis de la normativa vigente, se proponen las siguientes acciones para suprimir determinados tributos, atendiendo a la falta de respaldo jurídico y la inoperancia de ciertas actividades:

  I. Tributos Para Suprimir:

  - o Peaje: Aunque este tributo está contemplado en la normativa municipal, actualmente no se encuentra en funcionamiento y carece de respaldo jurídico válido. Además, el Municipio no dispone de la infraestructura necesaria para justificar la implementación del peaje. Por ello, que se recomienda su supresión definitiva, eliminando cualquier mención en la normativa que genere confusión o expectativas de su operación.
  - o Ingresos No Tributarios: Plaza de Mercado: El cobro relacionado con los ingresos no tributarios derivados de la Plaza de Mercado no cuenta con una base legal válida. Actualmente, este tributo no se encuentra autorizado por ninguna normativa superior que permita su cobro, lo que lo hace incompatible con el marco legal vigente. Para alinear el Estatuto Tributario con la ley, se recomienda su eliminación.
  - o Degüello de Ganado Menor: Este tributo, que tradicionalmente ha sido aplicado en el municipio, ha perdido relevancia y justificación práctica en el contexto actual. La ausencia de normativas que respalden su aplicación y la limitada actividad que se busca gravar justifican su supresión.

  II. Tributos Para Actualizar:

  - o Impuesto Predial Unificado: Se propone realizar ajustes en las tarifas y considerar exenciones específicas para mejorar la equidad en la carga tributaria. Este enfoque también busca fomentar el desarrollo empresarial y residencial en el Municipio.
  - o Impuesto de Industria y Comercio: Se revisarán las tarifas y el régimen de autorretención, con el objetivo de simplificar los procedimientos y facilitar el

cumplimiento de los contribuyentes.

- Impuesto de Alumbrado Público: Se ajustarán las tarifas tomando en cuenta el costo real de los servicios de alumbrado y las necesidades de infraestructura, asegurando una recaudación que cubra el gasto asociado a este servicio.
- Impuesto sobre Publicidad Exterior Visual: Se implementarán nuevas tarifas y procedimientos claros para regular la publicidad exterior, garantizando un balance entre la actividad comercial y el orden urbano.
- Impuesto de Espectáculos Públicos: Se actualizarán los procedimientos para la autorización de eventos públicos, ajustando las tarifas y regulaciones de acuerdo con las necesidades del Municipio y la normativa vigente.
- Sobretasa Bomberil: Se revisará la estructura de la sobretasa y su aplicabilidad para fortalecer la financiación de los servicios de emergencia y protección.
- Sobretasa a la Gasolina Motor: Se actualizará la tarifa de la sobretasa, considerando su impacto en los usuarios y el financiamiento de proyectos de infraestructura vial.

III. Tributos Para Adicionar:

- Impuesto a los Servicios de Telefonía: Se propone un nuevo impuesto sobre los servicios de telefonía, como una fuente adicional de ingresos que contribuya al desarrollo municipal.
- Sobretasa del Impuesto Predial Unificado para Predios que no sean usuarios del servicio domiciliario de energía eléctrica: Este tributo busca incentivar la conexión a los servicios públicos y mejorar la cobertura eléctrica en el municipio, promoviendo un desarrollo equitativo.
- Derecho de Registro de Marquillas: Se modifica este tributo para establecerlo como un derecho a pagar por los usuarios. Si bien inicialmente carecía de respaldo normativo, esa reestructuración permite formalizar su aplicación con una justificación administrativa.

➢ Actualización Procedimental

Para mejorar la eficiencia de la administración tributaria y facilitar el cumplimiento de los contribuyentes, se implementan los siguientes ajustes.

a) Revisión de Sanciones: Las sanciones se ajustarán y graduarán conforme a la Ley 788 de 2002, asegurando que su aplicación sea flexible y proporcional, promoviendo el cumplimiento sin afectar de forma desmedida a los contribuyentes.

b) Notificación Electrónica: Se implementará la notificación electrónica como mecanismo preferente para los actos administrativos, lo cual permitirá una comunicación más rápida y reducirá los costos administrativos.

c) Clarificación de Obligaciones de los Contribuyentes: Las obligaciones de los contribuyentes se revisarán y ajustarán para mejorar la transparencia y facilitar el acceso a la información, asegurando una correcta comprensión de sus derechos y deberes.

d) Fortalecimiento de las Etapas de Determinación, Discusión y Recaudo: Se mejorarán los procedimientos de determinación y discusión del tributo, promoviendo un proceso de recaudación justo y transparente.

- ACTIVIDADES DESARROLLADAS

  Proceso de Elaboración y Socialización

  Para desarrollar esta propuesta de actualización, se realizó una reunión inicial de socialización con la participación de secretarios y asesores de las diferentes dependencias del Municipio. Esta sesión permitió identificar las necesidades clave en la normativa tributaria y establecer un consenso preliminar sobre las modificaciones y adiciones planteadas.

  1. Entrega de Borrador definitivo del proyecto de Acuerdo Estatuto Tributario

     Conforme lo acordado se realizó entrega del borrador definitivo con todas las modificaciones propuestas por las partes involucradas.

  2. Entrega del proyecto de Acuerdo por medio del cual se conceden beneficios tributarios para las obligaciones vencidas.

     Se realizo la entrega del proyecto de acuerdo por medio del cual se conceden unos beneficios tributarios a los contribuyentes con obligaciones vencidas de los diferentes tributos que administra el Municipio de Uribia, lo anterior como una medida que responde al requerimiento de los comerciantes.

  3. Entrega de la exposición de motivos de los dos proyectos de acuerdos.

     Se entrego formalmente la exposición de motivos de los dos proyectos de acuerdo, el del Estatuto Tributario y el de condición especial de pago.

  4. justificación y aportes

     Se justificaron cada uno de los interrogantes e inquietudes presentadas por el Contratante.

     A la fecha se entregaron todos los documentos que fueron contratados.

5. CONCLUSIONES

Con el presente informe se dan por culminadas las labores técnicas a realizar plasmadas en el CONTRATO ELECTRÓNICO No 355 DEL 2024 cumpliendo el objetivo de la "*SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA DE RECAUDO DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO - ICA EN EL MUNICIPIO DE URIBIA*", dentro del tiempo pactado de 2 meses. (se coordinará la fecha para socialización de los resultados y la presentación del Geo Visor).

- ✓ **Actividades iniciales:** Se cumplieron a cabalidad las actividades iniciales, tales como la elaboración del Visor Geográfico personalizado para Uribia, la entrega del Plan de Trabajo, el Diagnóstico del Estatuto Tributario Municipal y el borrador del proyecto de acuerdo para la actualización de dicho Estatuto. Todas estas tareas se realizaron de forma oportuna y en estricto cumplimiento del cronograma establecido.
- ✓ **Precenso y sectorización:** Se recorrió la totalidad del casco urbano del municipio, generando imágenes georreferenciadas y registrando 600 comercios. Estos datos se consolidaron en un plano de precenso respaldado con imágenes y se elaboró un plano de sectorización de la ciudad, el cual define los polígonos de recorrido diario para los encuestadores. Además, se llevó a cabo la identificación de actores clave (comerciantes) y la socialización del proyecto con ellos, facilitando la comprensión de su relevancia y los beneficios que conlleva.

- ✓ **Fortalecimiento de la base de contribuyentes:** Se realizó la depuración, organización y análisis de las bases de datos de la Secretaría de Hacienda, cotejando la información histórica y de pagos con la suministrada por la Cámara de Comercio. Como resultado, se identificaron 111 contribuyentes con matrícula activa y renovada en la Cámara de Comercio y registrados en la DIAN con RUT activo, pero que no se encontraban en la base de la Secretaría de Hacienda ni entre los 600 establecimientos visitados. Este hallazgo representa una oportunidad para la actualización y ampliación de la base de contribuyentes del municipio.
- ✓ **Inventario de establecimientos:** El inventario de establecimientos se completó al 100%, cumpliendo con la meta de visitar 600 establecimientos comerciales. Adicionalmente, se identificaron 44 actividades comerciales informales y 94 locales comerciales desocupados o en estado de abandono. Las visitas efectivas incluyeron encuestas completas y la recopilación de información fundamental, mientras que las visitas no efectivas se categorizaron con registros mínimos, tales como el nombre comercial, la dirección y la fotografía de la fachada.
- ✓ **Clasificación de la información:** De los 600 establecimientos visitados, se logró clasificar la información de 477 de ellos (80%) gracias a la obtención de su número de identificación tributaria. Este proceso fue posible mediante la utilización de bases de datos previamente organizadas y depuradas, que se contrastaron con la información obtenida en campo. La clasificación se enfocó en identificar el estado tributario de cada establecimiento, con el fin de detectar aquellos contribuyentes que no están cumpliendo con el pago del Impuesto de Industria y Comercio (ICA).

  Análisis de los 477 establecimientos clasificados:

  - **28 establecimientos (6%)** se encuentran en la base de contribuyentes que presentaron declaración entre 2017 y 2022.
  - **385 establecimientos (81%)** no están registrados en la base de la Secretaría de Hacienda, lo que implica que no han presentado ninguna declaración, constituyendo una oportunidad para la actualización y ampliación de la base de contribuyentes.
  - **64 establecimientos (13%)** fueron clasificados como omisos registrados, es decir, figuran en la base histórica de la Secretaría de Hacienda, pero no han presentado declaraciones relacionadas con el ICA.

  Productos finales entregados:

  - Base consolidada del inventario con la información de campo en formato Excel y GDB.
  - Base de visitas efectivas y cotejos con las bases de la Secretaría de Hacienda.
  - Fotografías de las fachadas de cada establecimiento comercial.
  - Comprobantes de visitas atendidas y copias del RUT proporcionadas por los comerciantes.
  - Fichas de contribuyentes para cada comercio identificado.
  - Base de datos de las personas jurídicas no registradas en Hacienda en formato Excel
  - Plataforma web para la visualización de la información, con una vigencia de un año a partir de diciembre de 2024.

6. RECOMENDACIONES

1. Actualización Continua de la Información: La información generada refleja la realidad comercial del municipio de Uribia hasta el 12 de diciembre de 2024. Se recomienda utilizar este dato como base principal y que la administración continúe actualizándolo para mejorar continuamente los procesos de gestión del cobro de impuestos de ICA y sus complementarios.

2. Unificación de Bases de Datos: Se sugiere integrar las bases de datos de la Secretaría de Hacienda con las de la Cámara de Comercio y la DIAN. El análisis inicial, basado en la información recolectada en campo, mostró que la DIAN posee el 92% de los datos de los establecimientos comerciales identificados, mientras que la Cámara de Comercio cuenta con el 63% y la Secretaría de Hacienda con el 19%. Estas cifras provienen del análisis de las visitas clasificadas como atendidas. La unificación de estas bases permitirá una gestión más eficiente y completa de la información tributaria.

Finalmente, se presenta un resumen que relaciona los documentos y entregables correspondientes a cada informe de ejecución del contrato. Este resumen ofrece una visión clara y organizada de las entregas realizadas, facilitando el seguimiento y la revisión del progreso del contrato. Incluye un anexo con los entregables clasificados por actividad, lo que permite una consulta precisa y eficiente. Este enfoque asegura que todos los documentos estén debidamente registrados y accesibles, promoviendo la transparencia, la rendición de cuentas y una gestión efectiva del contrato.

ENTREGA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EQUIVALENCIAS PAGOS	ANEXOS	ITEMS	FECHA DE ENTREGA
1. INFORME DE AVANCE DE ACTIVIDADES QUE CONTIENE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS Y ANEXOS	RESULTADO	Visor Geográfico personalizado para el municipio de Uribia	30%	ANEXO_5_MANUAL_USUARIO_VISOR	4.2	12/11/2024
	PLAN DE TRABAJO	Cronograma/Plan de trabajo y zonas de intervención: Actividades y tiempos a realizar en cada una de ellas		N/A	4.1	
	ESTATUTO TRIBUTARIO	Entrega del diagnóstico del estatuto tributario municipal actual		ANEXO_6_DIAGNÓSTICO_ESTATUTO_TRIBUTARIO_ACTUAL_MUNICIPIO_DE_URIBIA.pdf	4.3	
		Borrador del proyecto de acuerdo del estatuto tributario del municipio		ANEXO_7_PROYECTO_DE_ACUERDO_URIBIA_V1_06112024.pdf"	4.4	
2. INFORME DE AVANCE DE ACTIVIDADES QUE CONTIENE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS Y ANEXOS	PLAN DE TRABAJO	Selección y contratación del personal: Organigrama y hojas de vida del personal ejecutor del proyecto	35%	ANEXO_1_CONTRATOS_LABORALES.zip	4.1	3/12/2024
	SOCIALIZACIÓN DEL CENSO	Socialización del proyecto a los actores involucrados		N/A	4.3	
	PRECENSO	Auto comisorio del municipio autorizando las actividades de pre censo y campo		ANEXO_3_AUTOCOMISORIO.pdf	4.4	
		El diseño de la dotación y los elementos de identificación para los encuestadores		ANEXO_4_DISEÑO_DOTACION.pdf	4.5	
		Evidencia de la capacitación realizada a encuestadores y validadores: fotografías y listados de asistencia		ANEXO_5_LISTADO_ASISTENCIA_CAPACITACION_PRE_CENSO.pdf ANEXO_6_LISTADO_ASISTENCIA_CAPACITACION_CAMPO.pdf ANEXO_7_LISTADO_ASISTENCIA_CAPACITACION_VALIDADORES.rar	4.6	
		Reporte de la pre identificación de establecimientos comerciales existentes según las fotografías georreferenciadas		ANEXO_8_PLANO_AVANCE_PRE_IDENTIFICACION_ESTABLECIMIENTOS.pdf ANEXO_9_COMERCIOS_PREIDENTIFICADOS.zip	4.7	
	CENSO	Ficha de censo: diseño de la encuesta a realizar a los contribuyentes		ANEXO_10_FORMATOS_ENCUESTAS.pdf	4.8	
	BASES DE DATOS DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EXISTENTES	Evidencia de solicitud de las bases de datos de establecimientos comerciales y contribuyentes existentes		ANEXO_2_SOLICITUD_BASE_DE_DATOS.pdf	4.2	
		Organización y depuración de datos inicial: reporte de hallazgos y depuración realizada en cada una de las bases		N/A	4.9	
		Análisis y generación de estadísticas de la información actual del Distrito, a través del cotejo de la información existente previamente organizada y depurada		ANEXO_13_BD_SDH_CONSOLIDADA.xlsx	4.10	
3. INFORME FINAL DE ACTIVIDADES QUE CONTIENE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS Y ANEXOS	BASES DE DATOS DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EXISTENTES	Análisis y generación de estadísticas de la información actual del Distrito, a través del cotejo de la información existente previamente organizada y depurada	35%	ANEXO_1_BD_PERS_JURIDICAS_CC_DIAN_NO_HACIENDA	4.1.	20/12/2024
	CENSO	Plano con sectorización de la ciudad para organizar el recorrido diario de encuestadores.		ANEXO_2_POLIGONOS_DISEÑADOS.pdf	4.2.1	
		Reporte con la finalización de las visitas en campo a los establecimientos comerciales elaborando la encuesta		ANEXO_3_PLANO_INVENTARIO_ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.pdf	4.2.2	
		Estadísticas a partir de la terminación de visitas en campo		N/A	4.2.3	
	CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Consolidación de la base de datos con información capturada en campo.		ANEXO_4_BD_ESTABLECIMIENTOS_VISITADOS.xlsx	4.3.1	

		Cruce de base de datos existentes con la información obtenida en campo.		ANEXO_5_BD_CAMPO_VS_COMERCIO.xlsx ANEXO_6_BD_CAMPO_VS_DIAN.xlsx ANEXO_7_BD_CAMPO_VS_HACIENDA.xlsx	4.3.2	
		Clasificación de la información de acuerdo al cotejo con los datos provenientes de la Secretaría de Hacienda.		ANEXO_8_BD_CAMPO_VS_HACIENDA_CLASIFICACION.xlsx	4.3.2.3.1	
	ELABORACIÓN Y ENTREGA DE PRODUCTOS FINALES	Consolidación de la base de datos con información capturada en campo		ANEXO_9_BD_ALFANUMERICA_INVENTARIO.xlsx ANEXO_10_BASE_GEOGRAFICA_INVENTARIO.zip	4.4.1	
		Entrega de las fotografías de fachada de cada establecimiento comercial visitado detectado.		ANEXO_11_FOTOGRAFÍAS_FACHADA_INVENTARIO.zip	4.4.2	
		Entrega de los Comprobantes de visita de cada establecimiento comercial encuestado bajo la tipología de visita atendida		ANEXO_12_FOTOGRAFÍAS_ COMPROBANTES.zip	4.4.3	
		Entrega de los Fotografías de los RUT de los establecimientos comerciales que lo suministraron al momento de la visita		ANEXO_13_FOTOGRAFÍAS_ RUT.zip	4.4.4	
		Generación y entrega de las fichas del contribuyente con la información recolectada en campo y su respectivo cotejo con los datos actuales del Municipio y su respectiva fotografía de fachada.		ANEXO_14_FICHAS_ESTABLECIMIENTOS_VISITADOS	4.4.5	
		Cargue de información a la plataforma web		N/A	4.4.6	
		Entrega del visor geográfico		ANEXO_15_MANUAL_USUARIO_VISOR	4.4.7	
	SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS	Socialización a los funcionarios del Departamento Administrativo de Hacienda seleccionados de los resultados del censo tributario.		PRESENCIAL	4.4.8	
	FASE II	Consideración de segunda fase del contrato No 355 DEL 2024		ANEXO_16_ESTABLECIMIENTOS_ _CABO_DE_LA_VELA.xlsx	4.4.9	
	ESTATUTO TRIBUTARIO	Informe final - estatuto tributario municipio de Uribia		N/A	4.4.10	
	MATRIZ INFORME	Matriz de informes y entregables		ANEXO_17_ RESUMEN_DE_INFORMES_ENTREGABLES		

Tabla 9 Matriz de entregables

Este resumen se puede consultar de manera detallada en el anexo denominado “ANEXO_17_ MATRIZ_DE_INFORMES_ENTREGABLES”

SEBASTIAN VIVÉS SANCHA
Representante Legal
CINTELI COLOMBIA S.A.S.