

Categoría: Congreso Científico de la Fundación Salud, Ciencia y Tecnología 2022

ORIGINAL

Gallery tax in florenxia Caquetá: legality and collection behavior

Tasa de galería en Florenxia Caquetá: legalidad y comportamiento de recaudo

GINNA TOVAR-CARDOZO¹ ✉, GUINETH FACUNDO-VARGAS¹ ✉, VELMAR JOVEN-SANTANILLA¹ ✉

¹Universidad de la Amazonia, Colombia.

Citar como: Tovar-Cardozo G, Facundo-Vargas G, Joven-Santanilla V. Tasa de galería en Florenxia Caquetá: legalidad y comportamiento de recaudo. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias 2022; 1:37. <https://doi.org/10.56294/sctconf202237>

Recibido: 25-05-2022

Revisado: 21-07-2022

Aceptado: 28-09-2022

Publicado: 29-09-2022

ABSTRACT

This article is part of the project Analysis of the payment behavior of the Industry and Commerce Tax and Gallery Fee in the La Concordia Market Square in Florenxia, department of Caquetá, which is recognized as the city's historical and cultural heritage. This paper addresses matters related to the gallery rate, through a descriptive design study, using the survey applied to vendors in the Concordia market place as a primary source to capture information. Among the results obtained, it is found that the gallery rate does not have a legal basis or reservation of Law and additionally the current municipal regulations are not applied, in relation to the times stipulated for their respective payment. And as conclusions, it is recommended to review the regulatory framework to appropriate the corresponding legal figure and advance campaigns to promote the culture of payment of obligations and commitments for the use of public space.

Keywords: Market Square; Gallery Tax; Tax Culture.

RESUMEN

El presente artículo hace parte del proyecto Análisis del comportamiento de pago del Impuesto de Industria y Comercio y Tasa de Galería en la Plaza de Mercado La Concordia de Florenxia departamento del Caquetá, la cual es reconocida como patrimonio histórico y cultural de la ciudad. En este escrito se aborda lo relacionado con la tasa de galerías, a través de un estudio de diseño descriptivo, utilizando para la captura de la información como fuente primaria la encuesta aplicada a los vendedores de la plaza de mercado la Concordia. Dentro de los resultados obtenidos se encuentra que la tasa de galerías no goza de fundamento legal o reserva de Ley y adicionalmente no se aplica la normatividad municipal vigente, con relación a los tiempos estipulados para su respectivo pago. Y como conclusiones, se recomienda revisar el marco normativo para apropiar la figura legal correspondiente y adelantar campañas para promover la cultura del pago de las obligaciones y compromisos por el uso del espacio público.

Palabras Clave: Plaza de Mercado; Tasa de Galería; Cultura Tributaria.

INTRODUCCIÓN

Las plazas de mercado a lo largo de la historia han venido presentando cambios que van desde su infraestructura, hasta el desarrollo de programas de fortalecimiento empresarial; este sistema busca crear espacios de intercambio cultural integrando tanto a personas de diferentes niveles de formación, edades y género, etc., como a diversas regiones, que propician a través de la gestión del conocimiento compartir saberes, enriqueciendo desde diferentes áreas a quienes asisten a estos lugares.

En la literatura encontramos varios estudios e investigaciones desde el orden nacional que en su mayoría se direccionan a la estructura arquitectónica de las plazas de mercado y hacia lo ambiental como el análisis de condiciones ambientales de salubridad por contaminación, manejo de residuos sólidos, etc.; ya en el contexto local estudios relacionados con la Plazas de Mercado la Concordia, están los realizados por relacionados con la Plazas de Mercado la Concordia, están los estudios de Sánchez, Camacho & Rodríguez (2013) relacionado con valor histórico y mejoramiento de infraestructura; Torres (2013) referente al plan de regulación y manejo de la plaza; y el estudio de Villamizar & Rondón, (2007) el cual tiene un enfoque cultural al caracterizar el proceso de construcción social del espacio público. A diferencia de estos, la presente investigación abordará la plaza de mercado para hacer un análisis de la tasa de galerías.

Siendo así, el objeto de estudio de este trabajo es exponer el fundamento legal de la tasa de galerías y el comportamiento de pago de la tasa de galerías de la plaza de mercado la Concordia del municipio de Florencia Caquetá, cuyo análisis hemos querido abordar en tres apartados: el primero comprende la presentación de las generalidades frente al espacio público de las “plazas de mercado” o “galerías”, frente a su concepción y la responsabilidad de su administración.

El segundo, dedicado al análisis de la tasa de galerías desde su fundamento legal, es decir el abordaje desde lo normado en la Constitución Política de 1991, relacionado con el principio de legalidad, así como, lo expedido por el ente territorial para el cobro de la tasa de galerías en el municipio de Florencia, y que en presunción de su autonomía la administración municipal ha incorporado en su estatuto de rentas como una tasa, pudiendo ser un precio público, para ello abordaremos y analizaremos las características y conceptos de estas dos figuras jurídicas.

Finalmente, analizar el comportamiento del recaudo de recursos por concepto de la tasa de galerías en la plaza de mercado la Concordia, figura utilizada para el cobro del uso del espacio público por parte del ente territorial, municipio de Florencia

Las plazas de mercado

Las plazas de mercado nacen en espacios municipales donde se buscaba concentrar localmente las actividades de comercialización en una economía de autoconsumo. Esta data desde la época colonial, y fue adoptado por Colombia del modelo español.

Como reflejo de la evolución de las plazas de mercado, encontramos las principales ciudades europeas, que han ido consolidando dentro de su eje comercial plazas de mercado más organizadas y con infraestructuras propicias e incluso sofisticadas para favorecer la comercialización de alimentos y productos en condiciones de calidad y salubridad.

A nivel nacional, como lo expone la Sentencia No. T-238 de 1993, la jurisprudencia con anterioridad ha sostenido:

“...las plazas de mercado son bienes de uso público (Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Primera. Sentencia julio 24 de 1990), no por su destinación a la prestación de un servicio público sino por pertenecer su uso a todos los habitantes del territorio (C. Civil art. 674). El carácter de bienes de uso público somete a las plazas de mercado a la custodia, defensa y administración por parte de las entidades públicas respectivas (Sentencia junio 19 de 1968. Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil)” (M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz, Exp. T-9472).

Siendo así, su reglamentación es acorde al contexto y uso de los habitantes, por ello existen diferentes marcos normativos para reglamentar su funcionalidad, los cuales varían de acuerdo con su complejidad, lo que ha generado en algunos casos vacíos jurídicos, dando lugar al mal uso del espacio y al encarecimiento de los productos por tanto intermediario, ésta no es una problemática que se soluciona solo con la intención de realizar mejoras, realmente es un trabajo que requiere compromiso tanto de la administración municipal como de los adjudicatarios en cada plaza.

Desde épocas antiguas y hasta el día de hoy, las plazas de mercado han venido funcionando como un medio comercial y tradicional entre comerciantes y campesinos que ofrecen sus productos, como resultado al ejercicio de esta actividad económica, las administraciones públicas de los territorios (departamentos - municipios) intervienen en la manera como se desarrolla este tipo de comercio, con la finalidad, de que las unidades productivas ejerzan esta actividad de manera organizada, sin dejar a un lado el valor patrimonial que implica hacerlo.

Ahora bien, en el municipio de Florencia Caquetá hay dos plazas de mercado, la Concordia y la Satélite. La plaza de mercado la Concordia, donde se desarrolla la presente investigación se empezó a construir en 1944 y fue inaugurada en 1950 (Sotto; 2017).

El Estatuto tributario del Municipio de Florencia Compilado, en el capítulo XXI aborda las plazas de mercado:

“ARTÍCULO 363.- Las plazas de mercado la Concordia y Satélite son centros comerciales regidos por acuerdo del Concejo Municipal, administradas por la Secretaría de Gobierno a través de funcionarios encargados para este fin.” (94)

Así mismo define la plaza de mercado como:

“ARTÍCULO 364.- Se denomina Plaza de mercado para efectos del presente Acuerdo Municipal, los lugares construidos o destinados por el Municipio de Florencia, para servir de centro de expendio y abastecimiento de artículos de consumo popular o de uso doméstico y alimentos preparados” (95)

Finalmente frente a las plazas de mercado, es viable manifestar que en cumplimiento a lo establecido en el artículo 2 la Ley 60 de 1993, relacionado con la competencia de los municipios: entre estas se encuentra “...Ejercer la vigilancia y control de las plazas de mercado, centros de acopio o mataderos públicos o privados...”, siendo así, este espacio público, cuya responsabilidad recae sobre la administración municipal, desde la concepción de “servicio público” da origen a la tasa de galería, no con ello indicando que el gravamen goce de reserva legal.

Finalmente, antes de culminar este aparte vale la pena mencionar la sentencia T-238/93 de la Corte Constitucional, que contempla el concepto de plaza de mercado, desde la concepción de espacio público, al exponer:

“Las plazas de mercado son bienes de uso público, no por el hecho de su destinación a la prestación de un servicio público sino por pertenecer su uso a todos los habitantes del territorio. El carácter de bienes de uso público somete a las plazas de mercado a la custodia, defensa y administración por parte de las entidades públicas respectivas. La primera autoridad municipal tiene la facultad legal de adoptar las medidas administrativas que considere indispensables para la adecuada utilización del espacio público en las plazas de mercado, en particular con el fin de garantizar unas condiciones de libre competencia y de salubridad óptimas que propicien la comercialización directa y efectiva por los campesinos de productos de primera necesidad.” (M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz).

Tasa de Galería

Fundamentación desde lo internacional y nacional

Tanto en la doctrina extranjera como en la colombiana se ha adoptado la clasificación tripartita, de los tributos en: impuestos, tasas y contribuciones, lo que ha sido materia de controversia, cuando las

tasas han sido consideradas como un precio y no como un tributo independiente. Frente al tema hay varios estudios de la doctrina y jurisprudencia, entre ellos el realizado por Plazas Vega (2000) sobre “los tributos vinculados”, en el cual el autor contempla la división tripartita como indispensable para la hacienda pública.

Adicionalmente, son múltiples las sentencias realizadas por la Corte Constitucional donde se acepta mencionada clasificación de los tributos, entre ellas la sentencia C-465 del 21 de octubre de 1993, que expone:

“La doctrina sobre el tema de las finanzas públicas ha clasificado los ingresos fiscales en tres categorías: en primer lugar, los impuestos; en segundo lugar, las tasas retributivas por la prestación de servicios públicos, y, finalmente, las contribuciones parafiscales” (Mag. Sustanciador Dr. Vladimiro Naranjo Mesa, 1993).

La misma sentencia, contempla el concepto de tasas:

“Son aquellos ingresos tributarios que se establecen unilateralmente por el Estado, pero sólo se hacen exigibles en el caso de que el particular decida utilizar el servicio público correspondiente. Es decir, se trata de una recuperación total o parcial de los costos que genera la prestación de un servicio público; se autofinancia este servicio mediante una remuneración que se paga a la entidad administrativa que lo presta. // Toda tasa implica una erogación al contribuyente decretada por el Estado por un motivo claro, que, para el caso, es el principio de razón suficiente: Por la prestación de un servicio público específico. El fin que persigue la tasa es la financiación del servicio público que se presta. // La tasa es una retribución equitativa por un gasto público que el Estado trata de compensar en un valor igual o inferior, exigido de quienes, independientemente de su iniciativa, dan origen a él. // Bien importante es anotar que las consideraciones de orden político, económico o social influyen para que se fijen tarifas en los servicios públicos, iguales o inferiores, en conjunto, a su costo contable de producción o distribución. Por tanto, el criterio para fijar las tarifas ha de ser ágil, dinámico y con sentido de oportunidad.” (Mag. Sustanciador Dr. Vladimiro Naranjo Mesa, 1993)

En concordancia, Bravo Arteaga (1999) expresa frente al concepto de tasa, que el Modelo de Código Tributario para América Latina la define en su artículo 16:

“La Tasa es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva o potencial de un servicio público individualizado en el contribuyente. Su producto no debe tener un destino ajeno al servicio que constituye el presupuesto de la obligación.

No es tasa la contraprestación recibida del usuario en pago de servicios no inherentes al Estado” (p. 21) (El resaltado es propio).

Y finalmente se desea señalar lo contemplado en la sentencia C-1371 de 2000 que complementa lo expuesto en la C-465 de 1993:

“...Es más, con la tasa no sólo se paga un servicio específico otorgado, sino también se retribuye la realización de una determinada prestación por el Estado” (M.P. Álvaro Tafur Galvis, 2000).

Ahora bien, en Colombia la principal fuente normativa de ordenamiento jurídico frente a las tasas emana de la Constitución Política de 1991, especialmente en los artículos 150 (numerales 10 y 12) y 338, que interpretados de manera metódica determina la prohibición de que cualquier autoridad diferente al legislativo establezca tributos.

En la Sentencia C-147 del 2021 se da la interpretación del ordenamiento jurídico, al precisar:

- La facultad de crear un tributo solo está a cargo del Congreso de la República y para el caso de los departamentos y municipios se encuentra la facultad de implementarlo en sus jurisdicciones, ello en atención al principio de legalidad y reserva tributaria.

- La definición de los elementos estructurales de un tributo, son determinados por la Ley (sujeto activo, sujeto pasivo, base gravable, la tarifa), sin embargo, para el caso de la tarifa de las tasas tributarias, de manera excepcional y condicionada la delegó a autoridades administrativas para que realicen su configuración, a partir de la determinación previa de un sistema y método.

Siendo así, los ordenadores del gasto de los gobiernos subnacionales poseen autonomía para cobrar impuestos y para gastarlos (artículo 287), siempre y cuando estos hayan sido creados mediante una ley expedida por el órgano legislativo, ello a través de los respectivos estatutos tributarios.

Ello contemplado en la Sentencia C-710 de 2001:

“El principio constitucional de la legalidad tiene una doble condición de un lado es el principio rector del ejercicio del poder y del otro, es el principio rector del derecho sancionador. Como principio rector del ejercicio del poder se entiende que no existe facultad, función o acto que puedan desarrollar los servidores públicos que no esté prescrito, definido o establecido en forma expresa, clara y precisa en la ley. Este principio exige que todos los funcionarios del Estado actúen siempre sujetándose al ordenamiento jurídico que establece la Constitución y lo desarrollan las demás reglas jurídicas.” (M.P. Jaime Córdoba Triviño)

Ahora bien, las tasas se caracterizan por:

- Ser una prestación tributaria, establecida por la Ley o fundamentada en ella.
- Ser una remuneración por servicios públicos administrativos a favor del estado, ya sea prestada de manera directa por organismos estatales, o indirecta.
- La existencia de una contraprestación
- El pago de la tasa es de carácter voluntario vista desde la solicitud del contribuyente, el deseo de acceder al servicio o bien público; sin embargo, no es de carácter voluntario al analizarse desde la actividad o aprovechamiento que retribuye, ya que se deriva del carácter imprescindible del servicio para garantizar un nivel normal o satisfacer una necesidad esencial, siendo así, su reconocimiento se torna obligatorio a partir de la solicitud del contribuyente
- El pago que hace el contribuyente debe guardar relación directa con los beneficios derivados del bien o servicio ofrecido y excluyen la utilidad que se deriva de la utilización de dicho bien o servicio. (Sentencia C-278, 2019; Obregón, 2017).

De lo anterior se extraen las siguientes conclusiones: i) los únicos que pueden señalar los elementos del tributo son los órganos de elección popular; ii) una vez establecidos dichos elementos, la ley, las ordenanzas o los acuerdos deben determinar con claridad cada uno de los elementos que garantice la correcta determinación de los tributos; iii) en caso de existir algún elemento que no sea lo suficientemente claro, se activaría la revisión por violación de los principios de legalidad y certeza del tributo (Sentencia C-690, 2003).

MÉTODOS

Se desarrolló una investigación con alcance descriptivo, con un enfoque investigativo de carácter mixto, el cual según Hurtado (2012) contempla fuentes vivas y documentales; y de acuerdo con Sampieri (2014) combina el enfoque cualitativo y cuantitativo lo que permite una mejor comprensión del fenómeno objeto de estudio.

La investigación se localiza en el municipio de Florencia, capital del Departamento de Caquetá, ubicado al oriente colombiano. La población de acuerdo con el último censo, reportado por el DANE (2018) hay 156 789 población censada, siendo ajustado a 168 346, de los cuales el 51 % aproximadamente son mujeres. Frente a la ubicación, en la cabecera municipal están 147 939 representando el 89,2 % y en centros poblados y rural disperso 20 407 habitantes, correspondiente al 10,8 %.

Florencia, cuenta con dos plazas de mercado o galerías, la Concordia y la Satélite, en la Concordia se desarrolló la presente investigación, que está ubicada en la Carrera 16-14 centro de la ciudad de

Florencia, espacio en el cual operan comerciantes que desarrollan diferentes actividades y ofrecen diversidad de productos.

La población o universo está conformada por los contribuyentes que tienen adjudicados un local interior o exterior, puesto interior o exterior, módulo, o lugar en zona de descargue en la plaza de mercado la Concordia del municipio de Florencia (Caquetá). La muestra de esta población objeto de estudio se tomó sobre los puestos ubicados dentro de la Plaza de Mercado La Concordia, conformado por 331 puestos, dedicados a actividades como: expendio de carne, pescado, pollo, lácteos, restaurante, cafetería, panadería y repostería, entre otros.

La información primaria conformada por la relación de adjudicatarios de la plaza de mercado la Concordia, aportada por el ente territorial, municipio de Florencia; y la información que se obtuvo de la aplicación del instrumento (encuesta) a la muestra de adjudicatarios que fueron seleccionados de manera aleatoria. Frente a las fuentes secundarias, se recurrió a la revisión de documentos, registros públicos, bases de datos, así como archivos físicos y electrónicos con información confiable.

RESULTADOS

Inicialmente abordaremos el tema del principio de legalidad, a partir del análisis de la figura jurídica utilizada para el cobro del uso del espacio público en las plazas de mercado.

En el municipio de Florencia el uso del espacio público de las plazas de mercados es cobrado mediante la figura de “tasa de galerías”.

El Estatuto Tributario del Municipio de Florencia (ETMF) no título un capítulo o artículo “tasa de galerías o tasa de plaza de mercados” lo relacionado con este gravamen está bajo el capítulo XXI denominado “PLAZAS DE MERCADO - reglamento interno para el buen funcionamiento de la Plaza Central de Mercado La Concordia y galería satélite”; a diferencia de los otros tributos, tasas o contribuciones que se encuentran reglamentados de manera específica.

Con la anterior claridad, el parágrafo 3 del artículo 364 expresa:

“Son responsables de la tasa de galería las personas naturales o jurídicas” adjudicatarios o contribuyentes, definidos en el parágrafo 2 de mencionado artículo como “...a quien a través de acto administrativo expedido por la Secretaría de Gobierno Municipal se le asigna un local interior o exterior, puesto interior o exterior, módulo, o lugar en zona de descargue en cualquiera de las dos plazas de mercado con que cuenta el Municipio de Florencia” (ETMF, 2009, 95).

Con relación a la tarifa, potestativo del ente territorial, se establecen los porcentajes en el Artículo 372 del ETMF, los cuales varían de acuerdo con el tamaño, tipo y zona de espacio que se otorga; y que será objeto de ajuste cada año por la oficina de Tributos Municipales, en concordancia con el parágrafo 2 del Artículo 371 de mencionado marco normativo.

Adicionalmente a lo contemplado en el Estatuto Tributario del Municipio de Florencia (ETMF), esta lo reglamentado mediante Acuerdo No. 202104 del 29 de abril de 2021, que adoptó el municipio de Florencia como el nuevo reglamento interno para el funcionamiento y reorganización de las plazas de mercado, el cual aborda principalmente temas como, promover el funcionamiento eficiente del comercio de los productos que circulan en el mercado, así mismo se estipulan los horarios de funcionamiento, clasificación según la actividad, adjudicación, cesión, y entrega de puestos y obligaciones de los adjudicatarios, y otorga a la secretaria de emprendimiento y turismo de Florencia, la responsabilidad frente el funcionamiento de las plazas de mercado de la ciudad.

Cobro por la utilización de espacio público en las plazas de mercado: un tributo (tasa) o un precio público

Desde el orden nacional se cuenta con conceptos emitidos por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público relacionados el principio de legalidad y algunos cobros hechos por las administraciones

municipales, entre ellos nos referiremos específicamente al concepto DAF-15902 de 2007 que aborda la Ley 962 de 2005, para exponer la aplicación de cobros no autorizados:

“Artículo 16. Cobros no autorizados. Ningún organismo o entidad de la Administración Pública Nacional podrá cobrar, por la realización de sus funciones, valor alguno por concepto de tasas, contribuciones, formularios o precio de servicios que no estén expresamente autorizados mediante norma con fuerza de ley o mediante norma expedida por autoridad competente, que determine los recursos con los cuales contará la entidad u organismo para cumplir su objeto (...).” (pág. 2).

Para posteriormente, el mismo concepto expresar algunas de las razones por las cuales las entidades municipales realizan cobros no autorizados, especificando frente a los cobros por uso de espacio en las plazas de mercado:

“iii) que se esté cobrando a título de impuesto un recurso cuya naturaleza es contractual, como sucede con los valores cobrados como plaza de mercado cuando de lo que se trata es de un arrendamiento de todo o parte de un predio del municipio. Es en este caso que el recurso debe adecuarse a su real naturaleza y derogarse como impuesto al tiempo que se celebren los respectivos contratos.” (pág. 3) (el subrayado es propio)

Con esta exposición, queda al manifiesto la postura del ministerio de Hacienda y crédito Público frente a que la tasa de galería no debe aplicarse como un gravamen, sino que constituye un arrendamiento, es decir que para ello debe cursarse trámite y aplicarse el marco normativo de contratación estatal, pese a ello se presenta una discrepancia toda vez que algunos entes territoriales municipales lo contemplan como “tasa” y otros como “precio público”, como lo veremos que abordaremos más adelante.

Para el reconocimiento de los ingresos percibidos por los entes territoriales de manera directa o a través de consorcios por la utilización del espacio público en las plazas de mercado, en el caso del municipio de Florencia (Caquetá), es reconocida en el Estatuto Tributario Municipal como una “tasa”, como se mencionó con anterioridad, sin embargo, el Distrito Capital y otros municipios en Colombia la reconocen como un “servicio público”, por ello consideramos importante, hacer algunas apreciaciones frente a la diferenciación de “tasa” y “precio Público”.

Siendo así, la Sentencia C-927 de 2006, presenta las diferencias entre tasas y servicios públicos:

“Tanto las tasas como los precios públicos parten en principio del mismo supuesto, esto es, el Estado entrega bienes o presta servicios frente a los cuales es posible obtener a cambio una retribución. Sin embargo, mientras que en el caso de los “precios públicos” la obligación surge de una relación eminentemente contractual o voluntaria fundada en el postulado de la autonomía de la voluntad (origen ex contractu); en tratándose de las tasas dicha obligación emana de la potestad tributaria del Estado que se ejerce mediante ley (origen ex lege). En este sentido, mientras que el contribuyente en el caso de las tasas a partir de su solicitud, se compromete de manera coercitiva con el pago de una suma de dinero en la recuperación del costo que le implica al Estado la prestación de una actividad, bien o servicio de interés público o general; el beneficiario en el caso de los precios públicos asume el compromiso de pagar una remuneración como contraprestación conmutativa por un bien o servicio que se demanda siempre de forma voluntaria, en aras de obtener una ventaja o utilidad económica frente al resto de la población como beneficio derivado de la cancelación de dicha erogación pecuniaria.” (M. P. Rodrigo Escobar Gil, 2006)

Abordando a lo expuesto, queda claro que por principio de legalidad el origen de las tasas se da mediante la Ley, mientras que para los precios públicos el origen es contractual, adicionalmente de manera comparativa se presentan las características de cada uno:

Tabla 1. Comparación entre las características de tasa y precio público

Características de la tasa	Características del precio público
<ol style="list-style-type: none"> 1. Por ser una prestación patrimonial pública de carácter tributario, es aplicable la regulación que debe cumplir el sujeto pasivo de la obligación y en la exigencia por parte del sujeto activo. Aparece la coactividad propia del tributo. 2. La solicitud o recepción del presupuesto de la tasa debe ser obligatoria para el obligado a satisfacerla. 3. La tasa en que ésta se paga por el aprovechamiento especial del dominio público, la prestación de servicios o la realización de actividades en régimen de Derecho público que, o bien es de solicitud obligatoria por parte del contribuyente, o bien dicho servicio no puede realizarse en modo alguno por el sector privado. 4. El pago de la tasa puede cubrir como máximo el importe real del servicio. 5. Está establecida su reserva a favor del sector público, conforme la normativa vigente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación activa directa e indirectamente del particular, en la prestación de servicios públicos no esenciales, en el aprovechamiento de los bienes de dominio público a efectos de financiar dicha actividad. 2. La contraprestación dineraria que el Estado recibe por la prestación de un servicio de solicitud voluntaria por el contribuyente, en igualdad de condiciones que el sector privado y en régimen de Derecho público, pero que sirve para financiar el gasto público. 3. El servicio o actividad es susceptible de ser prestado por el sector privado o bien en su solicitud no existe obligatoriedad. 4. También se estará ante un precio público cuando la actividad consista en la concesión de la utilización privativa o aprovechamiento especial del dominio público. 5. La relación que se establece es contractual y voluntaria para quien lo paga. 6. El pago de un precio público debe cubrir como mínimo este importe, por ello se permite obtener beneficios solamente en el caso del precio público.

Fuente: A partir de Alcaldía de Bogotá, 2018.

Ahora bien, en el caso del Distrito Capital de Bogotá, fundamentado en la asesoría No. 028908 de 2016 brindada por la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en la cual ha identificado erogaciones a favor del Estado que constituyen precios públicos al cobro por la utilización de espacio público en las plazas de mercado (el resaltado es propio):

“...un eventual cobro por la utilización de la plaza de mercado municipal no puede calificarse como tributo, sino que corresponde a la noción de precio público, el cual se origina en una relación contractual que encierra la libre voluntad de quien se beneficia del bien o servicio que da origen a su pago” (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., s.f.).

Siendo así, el Distrito Capital, realiza contrato de arrendamiento para el uso y aprovechamiento económico de espacio público en las plazas de mercado, de acuerdo con lo manifestado en el parágrafo del artículo 14 del Decreto Distrital 552 de 2018:

“las actividades de aprovechamiento económico en el mobiliario urbano en espacio público construido se deben hacer por medio de contrato que resulte de un proceso de selección objetiva de conformidad con lo establecido en las Leyes 80 de 1993, 1150 de 2007, 1474 de 2011, 1508 de 2012, 1882 de 2018 o aquellas que las modifiquen o sustituyan y sus correspondientes decretos reglamentario”(distrito Capital de Bogotá, 2018)

Otros entes territoriales como el municipio de San Jerónimo (Antioquia) en su estatuto tributario, en el Título VII Otros Servicios Prestados por la Administración Municipal, aborda en su artículo 478. ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE BIENES MUEBLES, INMUEBLES Y SERVICIOS POR PARTE DE LA SECRETARÍA GENERAL Y DE GOBIERNO, especificando en su parágrafo único:

“PARAGRAFO. Los contratos de arrendamiento de bienes muebles e inmuebles se celebrará directamente cualquiera sea su cuantía.” (Pág. 138).

Igualmente, el Consejo Municipal de Popayán, mediante la aprobación del contenido del estatuto tributario de mencionado municipio, contempla en su artículo 218. Derechos de uso de plazas de mercado y otros bienes inmuebles del municipio, en su párrafo transitorio especifica “el canon de arrendamiento” para el uso del espacio público de las plazas de mercado. Siendo así, no lo establece como una tasa, sino como un precio público.

Así como municipio de Florencia muy seguramente en Colombia, hay muchos municipios que contemplan la utilización del espacio de las plazas de mercado como una tasa, y un cien número que la aplican como precio público, como lo hace la Alcaldía Mayor de Bogotá y los municipios presentados con anterioridad.

Es entendible que por parte de los entes territoriales se ha presentado una interpretación errónea de la norma, y que la incorporación de la figura de “tasa de galerías” dentro de los estatutos tributarios, obedece más a la necesidad de recaudar mayores recursos para cumplir con el objeto estatal y además con los planes de desarrollo propuestos, sin embargo, de esta manera se estimula la creación de tributos en los estatutos de renta en los que se impone cargas tributarias a los contribuyentes o ciudadanía, desprovistos de reserva de ley o incumpliendo los requisitos legales.

Sería entonces necesario realizar un análisis frente el empleo de la figura “tasa de galerías” por parte del municipio de Florencia, toda vez que en aplicación al principio de legalidad la administración municipal no debe contemplarla en su estatuto tributario como tasa, pues con ello está contradiciendo un mandato legal, al realizar el cobro de un tributo que carece de legalidad, lo que a futuro podría conllevar a: i) considerarse una vulneración de los derechos fundamentales; ii) acarrear costos para la administración municipal de recurrir los ciudadanos a demandar el cobro de la tasa de galerías; iii) reclamación por la desjudicación del espacio público, al aplicar las sanciones del acuerdo municipal; y iv) sanciones por incurrir en faltas disciplinaria el cuerpo colegiado (Consejo municipal) y los funcionarios administrativos del ente territorial (municipio) en el ejercicio de sus funciones, al proponer, expedir y enmendar actos para la realización de cobros no autorizados.

Comportamiento del recaudo de la tasa de galerías

De los 331 puestos, independientemente de su nominación, se aplicó el instrumento a 148 personas, es decir que los encuestados representan el 45 % de la población objeto de estudio. Según el género, el 72 % de los adjudicatarios son mujeres y el 28 % hombres, y con relación a la edad, se señala que todos son mayores de edad, los rangos más significativos están entre 41 y 50 años con una representación del 42 % y de 31 a 40 con una participación del 34 %.

En concordancia con Quijano y Hernández (2017) en su estudio también la mayor representación de los adjudicatarios de la plaza de mercado en Piedecuesta Santander fue el género femenino con un 61 % frente al masculino con un 39 %. Igualmente, en lo relacionado con las edades el 30 % tienen entre 46 y 56 años, 23 % entre 57 y 65 años, y un 14 % entre 36 y 45.

A diferencia del estudio realizado por Fajardo et al (2018) en las plazas de mercado de Bogotá, es mayor la representación de hombre (52,3 %) que de mujeres (47,7 %) que ofrecen sus productos. Así mismo ocurre con la edad, al encontrar que la edad mínima fue de 16 años y la máxima de 83 años, siendo los rangos más representativos de 26 a 35 años y de 36 a 45 años con una participación del 21,5 % y 20,3 % respectivamente; toda vez que en la plaza de mercado la Concordia no hay adjudicatarios con edades inferiores de 21 años.

Con lo expuesto, es posible evidenciar que en las plazas de mercado analizadas los adjudicatarios son personas mayores de edad, que en su mayoría superan los 40 años.

Con relación a la antigüedad en el ejercicio de la actividad, en las instalaciones de la galería Concordia, se presentan en la figura 1.

Como lo refleja la figura (1), frente a la antigüedad la mayor representación (51 %) está en quienes poseen la adjudicación de un espacio en las instalaciones físicas de la plaza de mercado la Concordia por un

tiempo mayor a 15 años en el desarrollo de actividades comerciales, seguidos de quienes ostentan una permanencia de 11 a 15 años con una participación del 29 %, posteriormente quienes han permanecido entre 6 y 10 años con un 11 % y finalmente con un 8 % quienes no superan los cinco años.

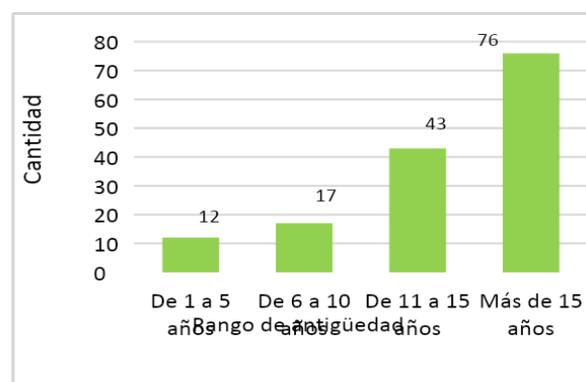


Figura 1. Antigüedad de los adjudicatarios encuestados

Esta información es muy importante, pues en su mayoría los encuestados son personas que, por su antigüedad, se puede presumir que conocen las dinámicas de la adjudicación de espacios en la plaza de mercado la Concordia, así como las responsabilidades que adquieren al recibir este servicio por parte del Ente Territorial Municipal, a través de la Secretaría de Emprendimiento y Turismo. Lo anterior es concordante con diferentes estudios realizados en Colombia (Quijano y Hernández, 2017; ORMET, 2016).

Adicionalmente, Fajardo et al (2018) encontró en su estudio que el 40,1 % (95) de las 237 personas encuestadas llevan trabajando en las plazas de mercado más de 10 años; el 31,2 % (74) entre 5 y 10 años de antigüedad. En concordancia, Para Quijano y Hernández (2017) el 44 % tiene 20 años en ventas, un 30 % diez años.

A partir de este análisis es posible manifestar que en su mayoría los adjudicatarios presentan antigüedad en la utilización de un espacio público en la plaza de mercado, superior a 10 años, y que la venta en ese sitio representa una tradición de muchos años, que en muchos casos son heredados, pasando entre diferentes generaciones.

Con relación a las actividades que se desarrollan en la Plaza de mercados, el artículo 14 del Acuerdo Municipal No. 2021004 del 2021 “Por medio del cual se adopta un nuevo reglamento interno para el funcionamiento y reorganización de las plazas de mercado y se dictan otras disposiciones”, establece la clasificación de las actividades. Con fundamento en ello, los encuestados de acuerdo con la actividad que desarrollan se clasifican como se presenta en la figura 2.

Se puede observar según las actividades que realizan en la plaza de mercado, las más representativas son quienes ofrecen frutas y verduras con un 32 %, en esta clasificación se encuentran los vendedores de legumbres (64 %), hortalizas (23 %) y frutas (13 %). Le siguen los cárnicos con una representación del 20 % y los clasificados como otros con un 18 %.

Frente a los cárnicos, estos se clasifican de acuerdo con el tipo de carne que se comercializa y con mayor representatividad esta la venta de pescado con un 48 % y de pollo con un 31 %, menos participativo la carne de res (10 %), búfalo (7 %) y bovino (3 %).

Con relación a los identificados como “otros”, éste ítem contempla los vendedores de huevos, gallinas, ropa, sastrería, y la prestación de servicios como peluquería, bares y parqueaderos entre otros.

En el estudio de Quijano y Hernández las actividades más representativas son verduras (36 %), carnes (26 %) y frutas (13 %), por su parte el estudio de Fajardo et al (2018) no especifico el tipo de actividad, a pesar de abordar la dimensión de riesgos en el contexto de las plazas de mercado.

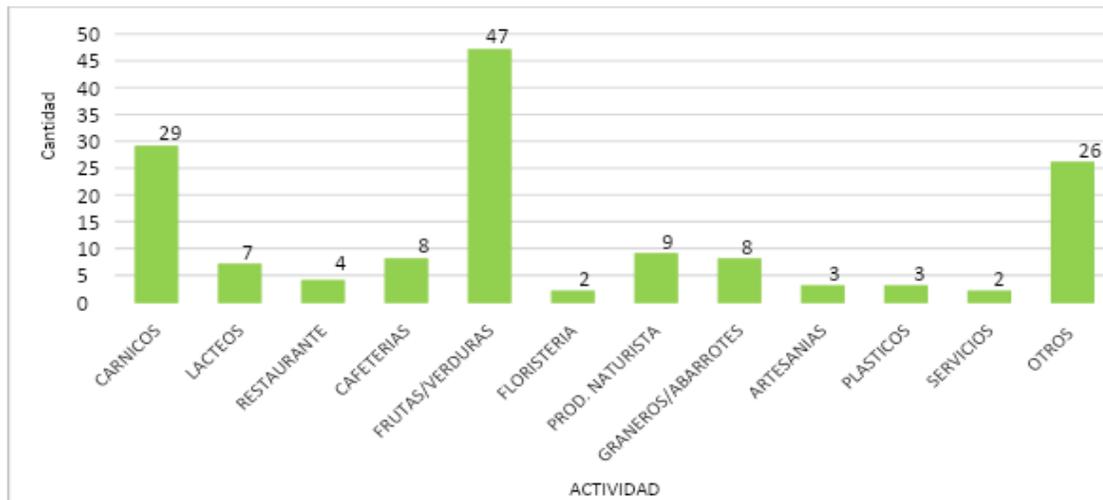


Figura 2. Actividad de los adjudicatarios encuestados

Generalmente en las plazas de mercado los productos más representativos son las verduras, carnes y frutas, aunque en estos sitios se ha venido implementando la venta de ropa, artesanías, etc., y otros elementos que de manera distintiva pueden representar la cultura de la ciudad o región.

Continuando con las preguntas aplicadas, se indago sobre las obligaciones o responsabilidades que se adquieren al ser adjudicatario de un espacio en la plaza de mercado para el desarrollo de la actividad comercial, resaltando que de las 148 personas encuestadas que tienen adjudicado algún tipo de local o puesto en la plaza de mercado la Concordia, el 91 % reconocen que tienen la obligación de cancelar la tasa de galerías.

Frente a las responsabilidades de los adjudicatarios, el Acuerdo municipal 2021004 del 2021, que en el Capítulo IX Obligaciones de los adjudicatarios, artículo 43 establece que estos tendrán entre otras obligaciones, las siguientes:

“1. Suscribir el contrato administrativo de uso con el municipio de Florencia; 2. Pagar el valor de tarifa de galerías del puesto o local en las fechas estipuladas en la factura de cobro”; así mismo, en el artículo 44 del Acuerdo en mención se trata lo relacionado con las tarifas, estableciéndose que en contraprestación los adjudicatarios de las bodegas, locales, puestos o espacios tanto internos como externos, pagaran la tarifa de uso de acuerdo a unos parámetros; siendo así, el 100 % de los encuestados debió haber señalado la opción c) tasa de galerías, pues de acuerdo al marco normativo, todo adjudicatario debe cancelar ésta obligación para poder hacer uso de un espacio o lugar en las instalaciones de la plaza de mercado, independientemente que sea en el área interna o externa.” (28-30)

Con relación a la obligación del pago de la tarifa de galerías, el 68 % de los encuestados manifestaron encontrarse a paz y salvo y el porcentaje restante se encuentra en mora con esta obligación. El cuestionamiento fue condicionado para quienes respondieron no estar al día en el pago, debían justificar las razones de manera abierta, sin estar coaccionado o direccionado por el entrevistador, indicando las razones por las cuales no había cumplido con esta obligación, siendo así, las respuestas obtenidas fueron reagrupadas por su similitud, información que se presenta en figura 3.

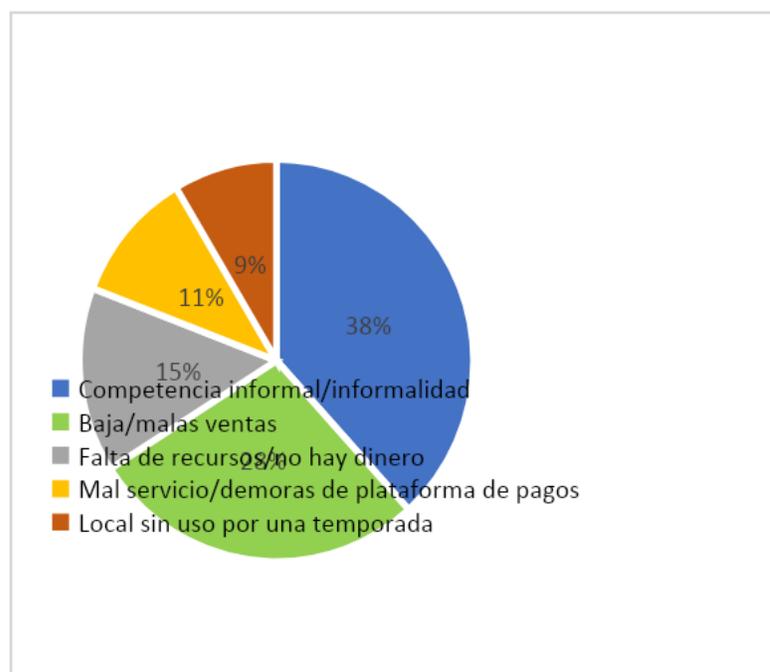


Figura 3. Justificaciones de adjudicatarios ante el no pago oportuno de la tasa de galerías

Para los adjudicatarios, la competencia es la causa más representativa para el no pago de esta tarifa (38 %), precisaron que esto se debe a los puestos de ventas ubicados a las afueras de la galería, por ser vendedores que no pagan los respectivos impuestos, pero que reducen sus ventas, la consideran una competencia desleal por la informalidad. Seguidamente con un 28 % se ubica la baja en las ventas, o comúnmente expresado como “las ventas están malas” o “las ventas han bajado mucho”; la tercera argumentación con un 15 % obedece a falta de recursos o dinero, y finalmente un 11 % argumentaron el mal servicio en la plataforma de pago o la demora en la entrega de los recibos.

Contrariamente frente a los vendedores informales en las plazas de mercado, el estudio de León y Padilla (2021), donde presentan las implicaciones sociales y legales, frente a los vendedores que no ostentan ser adjudicatarios de un local, independientemente de su denominación, al no tener un acto administrativo que les haga ese reconocimiento y la relevancia desde lo jurídico, toda vez que “toda vinculación, actuación y /o proyecto que este bajo la responsabilidad de una autoridad pública, está sujeta a los lineamientos tanto constitucionales como legales, de lo anterior, la autoridad pública, deberá manifestarse bajo un acto administrativo”, y ello conlleva a la vulneración de los derechos fundamentales, como: el derecho al trabajo en condiciones dignas, derecho a la igualdad, donde los no adjudicatarios, solo les queda acudir a la protección del principio de confianza legítima; proponiendo como solución la legalización de los vendedores informales en la plaza de mercado.

En concordancia a lo manifestado por este autor, en otros estudios consideran que los trabajadores del sector informal de las plazas de mercado son personas que realizan actividades mal remuneradas, cumplen jornadas extenuantes y en muchas ocasiones en condiciones que pueden afectar su salud y seguridad (Fajardo et al, 2018; Gómez et al, 2012).

Adicionalmente, la informalidad del trimestre octubre-diciembre de 2021 a nivel nacional representó para los hombres el 45,8 % y para las mujeres el 48 %, y específicamente para Florencia Caquetá, la informalidad en mencionado periodo representó el 61,9 % ocupando el quinto lugar entre los niveles más altos de informalidad (DANE, 2021).

Así mismo, hay que considerar que el año 2021 pospandemia, trajo consigo una serie de actitudes que pueden tener grandes implicaciones con relación a la asistencia a sitios como las plazas de mercado, para

adquirir productos de la canasta familiar, ello debido a: i) la tendencia a la compra a domicilio; ii) la aplicación de diferentes formas de pago; iii) las sensaciones de temor por la posibilidad de contraer enfermedades, pues las plazas de mercados generalmente se referencian por su contaminación, entre otros aspectos.

Igualmente se consultó a los adjudicatarios sobre el tiempo de la deuda por estos conceptos con el municipio y el 100 % de ellos, manifestaron que estas oscilan, ente 1 y 2 años. Con relación al monto que adeudan, respondieron (ver figura 4)

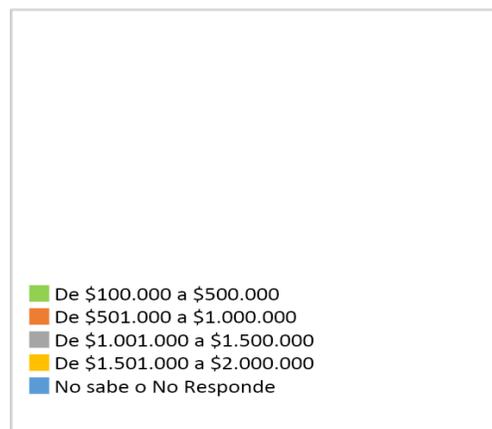


Figura 4. Valores adeudados por tasa de galerías.

Fuente: Datos tomados a partir de los instrumentos aplicados

Con relación al cuestionamiento ¿Tiene conocimiento a cuánto asciende la deuda a la fecha?, El más representativo fue para quienes adeudan entre \$100 000 y \$500 000 con un 36 %, es decir los que deben entre uno y seis meses aproximadamente. Le siguen quienes adeudan entre \$501 000 y \$1 000 000 (26 %); finalmente hubo 6 encuestados que desconocen el valor que adeudan por concepto de tasa de galerías, quienes representan un 8 %.

La tarifa de la tasa de galería varía de acuerdo con el tipo de local, la ubicación dentro del espacio en la plaza de mercado y la extensión de este.

Para finalizar los cuestionamientos relacionados con la tasa de galería, en el marco del objetivo propuesto, se indagó ¿Con que frecuencia paga usted la tasa de galería?, al cual el 100 % de los adjudicatarios respondieron que mensualmente, pese a que no todos lo pagan de manera oportuna, pero si reconocen que deben cancelarlo mensualmente.

Frente a ello, es claro que el desconocimiento de la norma no exime al responsable de su obligación, siendo así, independientemente del nivel educativo del adjudicatario o del conocimiento de sus responsabilidades, éste debe cumplir con el pago por concepto de tarifa de galerías como contraprestación por el uso de un espacio en la plaza de mercado.

Adicionalmente, de acuerdo con la información suministrada por el ente territorial en la vigencia 2021 el recaudó en las plazas de mercados por conceto de tasa de galerías fue de \$598,3 millones de pesos, contemplando a las dos plazas de mercado la Concordia y la Satélite, es decir que no se contó con el monto correspondiente a la plaza de mercado la Concordia. Cabe decir que, pese a que los adjudicatarios no cancelan de manera oportuna la tasa de galerías, el ente territorial está recaudando una suma representativa por dicho concepto.

CONCLUSIONES

Con relación a los fundamentos teóricos del poder tributario, el análisis de la tasa de galerías aplicada a los adjudicatarios de un espacio público en las plazas de mercado del municipio de Florencia,

independientemente de su denominación, frente a la legalidad es viable concluir que pese a estar contemplada en el estatuto Tributario municipal, y de que se haya incorporado por mediante un acuerdo expedido por parte del consejo municipal como cuerpo colegiado, este no goza de fundamento en el principio de legalidad, toda vez que no existe una Ley expedida por el Congreso de la República que de vida jurídica a la tasa de galerías, y los municipios solo ostentan el poder tributario de manera derivada, es decir que pueden incorporar en sus estatutos siempre y cuando hayan sido creadas por el órgano legislativo competente.

Pese a que en Colombia hay varios municipios que cobran la tasa de galerías, se cuenta con conceptos emitidos por la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y Crédito Público, donde de manera expresa se expone que la tasa de galería es un “Cobro no autorizado”, planteando que la figura legal que se debe utilizar es “precio público”, y ello trae implicaciones de orden procedimental, así como la aplicación de actos administrativos diferenciales, mientras que para adjudicar el espacio público utilizando la figura de tasa, el municipio de Florencia realiza una resolución, para la Alcaldía Mayor de Bogotá y los municipios que lo contemplan como precio público, adelantan un proceso contractual y formalizan mediante un contrato.

Los adjudicatarios de las plazas de mercado, en su mayoría son personas ubicadas en la adultez media, es decir que ostentan edades a partir de los 40 años, quienes han ofrecido sus productos, especialmente de verduras, carnes y frutos, por un lapso de tiempo que generalmente supera los 10 años, obteniendo la posibilidad del uso del espacio público gracias a la herencia familiar.

Con relación al estado de cuenta, o situación de pago del valor correspondiente a la tasa de galerías por parte de los adjudicatarios, se presenta un alto nivel de impuntualidad, pese a ello, los adjudicatarios tienen conocimiento de la responsabilidad de cancelar el valor establecido de acuerdo con la modalidad del espacio público; así como de la fecha de vencimiento del mismo.

A pesar de lo expuesto en el párrafo anterior, la alcaldía municipal de Florencia recaudó una suma que supera los quinientos millones de pesos, considerándose representativa, en el caso de la vigencia 2021.

REFERENCIAS

1. Alcaldía de Florencia Caquetá (2021). Acuerdo No. 004 de 2021. Por medio del cual se expide el reglamento interno de las plazas de mercado del Municipio de Florencia y se dictan otras disposiciones. Expedido: 29 de abril de 2021. <https://www.florencia-caqueta.gov.co/normatividad/acuerdo-municipal-n-0004>

2. Alcaldía de Popayán (2016). Acuerdo 041 de 2016. Estatuto Tributario municipal. Consejo Municipal 2016. Pág. 76-77. <https://www.popayan.gov.co/NuestraAlcaldia/Normatividad/Acuerdo%20041%20de%202016.pdf>

3. Alcaldía de San Jerónimo - Antioquia. (2004). Acuerdo 11 de 2004. Estatuto tributario municipal. Consejo Municipal, 2004. Pág. 138. <https://www.sanjeronimo-antioquia.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/Estatuto%20Tributario.pdf>

4. Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2018). Concepto unificador no 4 precios públicos. Expedido 14/12/2018. https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=82678#_ftnref5

5. Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (S.F). Aspectos Jurídicos de las Finanzas Públicas Territoriales. Secretaria Distrital de Hacienda. ISBN: 978-958-97256-7-2. https://observatoriofiscal.shd.gov.co/assets/images/documentos/LIBRO_DE_PRESUPUESTO.pdf

6. Alvaréz NLD, Alvarado MFJ, Vides LYN, Rojas MG. Perception of the campaign “Tómate la vida y abona por ella” of the Latin Pale Craft Beer brand, among consumers between 25 and 37 years old, inhabitants of the city of Bogotá. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:14-14. <https://doi.org/10.56294/hl202214>.

7. Auza-Santiváñez JC, Quispe-Cornejo AA, Dorado JPH, Pérez BD. La educación científica desde el enfoque de la innovación, ciencia y tecnología. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:64-64. <https://doi.org/10.56294/saludcyt202264>.

8. Aveiro-Róbaló TR. Distance learning and its relation to medical education in the present times. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:10-10. <https://doi.org/10.56294/mw202210>.

9. Barrios CJC, Hereñú MP, Francisco SM. Augmented reality for surgical skills training, update on the topic. *Gamification and Augmented Reality* 2023;1:8-8. <https://doi.org/10.56294/gr20238>.

10. Bravo Arteaga, Rafael. (2000). *Nociones fundamentales de derecho tributario*. 3ª. Edición, Legis. Bogotá, 2000.

11. Caizaguano MAC, Carpio V del PC. Adherencia de la dieta mediterránea en una población urbana de la sierra ecuatoriana. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:229-229. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022229>.

12. Cano CAG, Castillo VS. Unveiling the Thematic Landscape of Cultural Studies Through Bibliometric Analysis. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:34-34. <https://doi.org/10.56294/cid202234>.

13. Cano CAG. Ingreso, permanencia y estrategias para el fomento de los Semilleros de Investigación en una IES de Colombia. *Región Científica* 2022;1:20226-20226. <https://doi.org/10.58763/rc20226>.

14. Carrillo ELH. Aspectos clave en agroproyectos con enfoque comercial: Una aproximación desde las concepciones epistemológicas sobre el problema rural agrario en Colombia. *Región Científica* 2022;1:20224-20224. <https://doi.org/10.58763/rc20224>.

15. Castellanos SMS, Sandoval AL. Rediscovering the original recipe for the “empanada sampedrana”. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:32-32. <https://doi.org/10.56294/cid202232>.

16. Castillo EAO. Experiencias en torno al emprendimiento femenino. *Región Científica* 2022;1:20227-20227. <https://doi.org/10.58763/rc20225>.

17. Castillo JIR. Cultural competence in medical and health education: an approach to the topic. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:13-13. <https://doi.org/10.56294/mw202213>.

18. Chombo-Jaco JA, Mori-Salazar SE, Teves-Espinoza EA, Asca-Agama PG, Aguilar-Cruzado JL, Gonzales-Figueroa IK, et al. Empowering Peruvian Microenterprises in the face of Industry 4.0: A Forward Outlook and Strategic Pathways. *Data and Metadata* 2022;1:17-17. <https://doi.org/10.56294/dm202217>.

19. Cisnero-Piñeiro AL, Delgado MCF, Mendoza JAR. Tendencias de la producción científica en el área Industrial and Manufacturing Engineering en Scopus entre 2017 y 2021. *Data and Metadata* 2022;1:6-6. <https://doi.org/10.56294/dm20226>.

20. Colombia. Asamblea Nacional Constituyente. Constitución Política de Colombia. (1991).

21. Concejo Municipal de Florencia Caquetá. (2009). Decreto No. 081 de junio 2 de 2009. Estatuto Tributario Municipal Compilado. Disponible en: https://florenciacaqueta.micolombiadigital.gov.co/sites/florenciacaqueta/content/files/000569/28442_2etm-flcia-compilado--dcto-081-2009.pdf.

22. Congreso de la República de Colombia (1993). Ley 60 del 12 de agosto 1993. "Por la cual se dictan normas orgánicas sobre la distribución de competencias de conformidad con los artículos 151 y 288 de la Constitución Política y se distribuyen recursos según los artículos 356 y 357 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones". Publicada en Diario oficial No. 40.987. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0060_1993.html

23. Corte Constitucional (1993). Sentencia C-465 del 1993 M.P. Vladimiro Naranjo. Concepto de tasa. Disponible en: <https://www.corteconstitucional.gov.co/Relatoria/1993/C-465-93.htm>

24. Corte Constitucional (1993). Sentencia T-238/93 M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz. Concepto de Plaza de Mercado. Disponible en: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1993/T-238-93.htm>

25. Corte Constitucional (200). Sentencia C-710 de 2001 M.P. Jaime Córdoba Triviño. Principio de Legalidad. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2001/C-710-01.htm>

26. Corte Constitucional (2000). Sentencia C-1371 de 2000 M.P. Álvaro Tafur Galvis. Frente a la tasa. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2000/C-1371-00.htm>

27. Corte Constitucional (2003). Sentencia C-690 de 2003 MP. Rodrigo Escobar Gil. Conclusiones frente a quien crea los gravámenes. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2003/C-690-03.htm#:~:text=Sentencia%20C%2D690%2F03&text=Las%20dos%20manifestaciones%20del%20principio,de%20la%20articulaci%C3%B3n%20de%20fuentes.>

28. Corte Constitucional (2006). Sentencia C-927 de 2006 M.P. Rodrigo Escobar Gil. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2006/C-927-06.htm>

29. Corte Constitucional (2019). Sentencia C-278 de 2019 M.P. Gloria Stella Ortiz Delgado. Características de las tasas. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/C-278-19.htm>

30. Corte Constitucional (2021). Sentencia C-147 de 2021 M.P. Alejandro Linares Cantillo. Tasas y contribuciones especiales- Características. PRINCIPIO DE CERTEZA Y LEGALIDAD DEL TRIBUTO-No violación a pesar de que uno de los elementos del tributo no esté determinado en la ley pero si sea determinable. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2021/C-147-21.htm>

31. Departamento Nacional de Estadística- DANE. Censo 2018. Proyección de Población por municipios de acuerdo con censo de 2018. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

32. Departamento Nacional de Estadística-DANE. Empleo informal y seguridad social [en línea]. Bogotá: DANE; 2021. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>.

33. Fajardo Zapata, Álvaro L., Hernández Niño, Jenny Fabiola, González Valencia, Yun Ulián, & Torres Pérez, Myrlam Leonor. (2018). Caracterización y Percepción del Riesgo en Vendedores Informales de las Plazas de Mercado de la Ciudad de Bogotá, DC. *Ciencia & trabajo*, 20 (63), 151-154. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492018000300151>

34. Ferro YE, Trujillo DM, Llibre JJ. Prevalencia y asociaciones de riesgo del deterioro cognitivo leve en personas mayores de una comunidad. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:12-12. <https://doi.org/10.56294/ri202212>.

35. Fuentes RMB, Alvares YF, Cruz MM, Carballea OL, Pérez MG. Efectividad de la ozonoterapia rectal en pacientes con Hipoacusia Neurosensorial. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:14-14. <https://doi.org/10.56294/ri202214>.

36. Fuertes LDC, Barrero LPF, Tatis WJO, Castiblanco ZLH, Rojas MG. Analysis of the consume of fitness dairy products in Colombia. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:15-15. <https://doi.org/10.56294/hl202215>.

37. Ginarte MJG, Landrove-Escalona EA, Moreno-Cubela FJ, Yano RT del. Visibilidad e impacto de la producción científica sobre enseñanza aprendizaje de los pares craneales publicada en Scopus. *Data and Metadata* 2022;1:4-4. <https://doi.org/10.56294/dm20224>.

38. Gómez I, Castillo I, Banquez A, Castro A, Lara H. (2012). Condiciones de trabajo y salud de vendedores informales estacionarios del mercado de Bazurto, en Cartagena. *Rev salud pública* [en línea]. 2012 [citado sep 2021]; 14(3):448-459. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rsap/v14n3/v14n3a08.pdf>.

39. González AJA, Rojas MG. Impact of the strengthening of PAISN on the reduction of child malnutrition in Alta Guajira. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:16-16. <https://doi.org/10.56294/hl202216>.

40. González ME, Alfonso AP, Ramos OD, Horta YR, Carrera YR, Pita YL. Factores biopsicosociales de discapacidad en adultos mayores. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:19-19. <https://doi.org/10.56294/ri202219>.

41. Gonzalez-Argote D, Gonzalez-Argote J, Machuca-Contreras F. Blockchain in the health sector: a systematic literature review of success cases. *Gamification and Augmented Reality* 2023;1:6-6. <https://doi.org/10.56294/gr20236>.

42. Gonzalez-Argote J. A Bibliometric Analysis of the Studies in Modeling and Simulation: Insights from Scopus. *Gamification and Augmented Reality* 2023;1:5-5. <https://doi.org/10.56294/gr20235>.

43. Gonzalez-Argote J. Effective communication and shared decision making: Theoretical approach from the doctor-patient relationship approach. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:12-12. <https://doi.org/10.56294/mw202212>.

44. Hernández, R., Fernández, C & Baptista, L. (2014). Metodología de la Investigación. Quinta Edición, México, Pág. 534.

45. Hurtado, J. (2012). Metodología de la investigación: guía para una comprensión holística de la ciencia. Editorial Quirón, 4a edición, 2012.

46. Jiménez-Franco LE, Rosa CD de la, Guardado YA. Transforming Scientific Events with Information Management: The Case of the Virtual Health Convention Center. *Data and Metadata* 2022;1:15-15. <https://doi.org/10.56294/dm202215>.

47. León V., Carolina y Padilla S., José H. (2021). Relación jurídica de los vendedores no reconocidos como usuarios comerciantes de las plazas de mercados públicas con la Alcaldía municipal de Bucaramanga. *Revista IUS-Praxis Colección grandes autores del derecho. Universidad Libre seccional Socorro*. ISSN: 2590 - 6720. Enero - Junio 2021. Vol. 5 No. 1. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/lux_praxis/article/download/9351/8259/26030

48. Lepez CO, Galbán PA, Canova-Barrios C, Machuca-Contreras F. Online and Social Media Presence (Facebook, Twitter, Instagram, and YouTube) of Civil Associations, Mutual Associations, and Foundations in Argentine Nursing. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:13-13. <https://doi.org/10.56294/mr202213>.

49. Lepez CO, Quisbert EJ, Gomez ME, Simeoni IA. Dimensions of psychosocial care in the teaching profession. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:35-35. <https://doi.org/10.56294/cid202235>.

50. Martínez MJS. Construir nuevos espacios sostenibles respetando la diversidad cultural desde el nivel local. *Región Científica* 2022;1:20222-20222. <https://doi.org/10.58763/rc20222>.

51. Ministerio de Hacienda y crédito público- MHCP (2007). Concepto DAF 05902 de 2007. Dirección de Apoyo Fiscal. Publicado 21 de junio de 2007. https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/portal/EntidadesdeOrdenTerritorial/pages_asesorasyconceptos

52. Miranda AIG, Campo MCV, Serra JLG, López YV, Falcón YP. Discapacidad y funcionabilidad de los adultos mayores. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:11-11. <https://doi.org/10.56294/ri202211>.

53. Montano-Silva RM, Padín-Gámez Y, Abraham-Millán Y, Ruiz-Salazar R, Leyva-Samuel L, Crispín-Rodríguez D. Community intervention on oral cancer in high risk patients. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:37-37. <https://doi.org/10.56294/cid202237>.

54. Montesino DC, Reguera IP, Fernández OR, Relova MR, Valladares WC. Caracterización clínica y epidemiológicamente de la discapacidad en la población adulta mayor. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:15-15. <https://doi.org/10.56294/ri202215>.

55. Moreno MCC, Castro GLG. Strengthening Governance in Caquetá: The Role of Web-based Transparency Mechanisms for Public Information. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:16-16. <https://doi.org/10.56294/mr202216>.

56. Moreno ZV, Ravelo EN, Llanes LA, Castillo IES, Tamargo YC. Ansiedad, depresión y estrategias de afrontamiento en pacientes convalescientes de Covid-19. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:10-10. <https://doi.org/10.56294/ri202210>.

57. Obregón G., Juan M. (2017). Tasa y precio público: discusión acerca de las prestaciones patrimoniales públicas por la utilización de la infraestructura aeroportuaria. *Revista de Derecho Fiscal* No. 10 enero-junio de 2017, pp. 71-84. Disponible en: revista.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/4966/5956

58. OBSERVATORIO REGIONAL DEL MERCADO DE TRABAJO - ORMET (2016). Estudio socioeconómico de la plaza de mercado del barrio la Esmeralda. Grupo de Investigación Entropía Departamento de Ciencias Económicas Universidad del Cauca. Popayán, 2016. Disponible en: https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/estudio_socioeconomico_-_plaza_de_mercado_barrio_la_esmeralda_2016_compressed.pdf

59. Olaya HDA, Atocha MRÁ, Claudio BAM. Empowerment and work performance of the personnel of a pharmaceutical company. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:9-9. <https://doi.org/10.56294/hl20229>.

60. Oloriz MAG, Beltrán CR, Sánchez CMC. Trends in health telematics and telemedicine services. *Data and Metadata* 2022;1:16-16. <https://doi.org/10.56294/dm202216>.

61. Plaza V., Mauricio A. (2000). Impuestos vinculados. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, ISSN 0124-0579, ISSN-e 2145-4531, Vol. 2, N°. 1, 2000, págs. 97-172. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2725341>

62. Quijano Garcés, R. y Hernández Gualdrón, Luz M. (2017). Reactivación de las plazas de mercado en el municipio de Piedecuesta. Universidad Nacional Abierta Y A Distancia UNAD. Especialización en Gestión Pública. Bucaramanga, 2017. Disponible en: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17948/63308884.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

63. Ramos EEA, Veliz AXL, Ruiz GEZ, Claudio BAM. Quality of Health Services and User Satisfaction in a Health Center in North Lima, Lima - 2023. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:12-12. <https://doi.org/10.56294/hl202212>.

64. Rendón JEJ, Rojas MG. Positioning of clothing brands in Colombia. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:33-33. <https://doi.org/10.56294/cid202233>.

65. Rodríguez FAR, Flores LG, Vitón-Castillo AA. Artificial intelligence and machine learning: present and future applications in health sciences. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:9-9. <https://doi.org/10.56294/mw20229>.

66. Rodríguez-Pérez JA. Strengthening the Implementation of the One Health Approach in the Americas: Interagency Collaboration, Comprehensive Policies, and Information Exchange. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:11-11. <https://doi.org/10.56294/mw202211>.

67. Romero-Carazas R. Prompt lawyer: a challenge in the face of the integration of artificial intelligence and law. *Gamification and Augmented Reality* 2023;1:7-7. <https://doi.org/10.56294/gr20237>.

68. Ruiz A del PG, Falla JAM, Diaz LYR, Ortiz NE, Rojas MG. Positioning of the brand SingleTrack bicycle workshop in the Quirinal neighborhood of Bogota: Strategies for the year 2023. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:17-17. <https://doi.org/10.56294/hl202217>.

69. Sánchez, F; Camacho, L. & Rodríguez, H. (2013). Calidad del servicio asociada al valor histórico y mejoramiento de infraestructura de la plaza de Mercado la Concordia en el municipio de Florencia, Caquetá. *Semillero de Investigación en Mercados SIM, Universidad de la Amazonia*.

70. Silva-Sánchez CA. Psychometric properties of an instrument to assess the level of knowledge about artificial intelligence in university professors. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:14-14. <https://doi.org/10.56294/mr202214>.

71. Sotto, G. (2017). Plaza de mercado la Concordia Florencia Caquetá. [En línea http://gisselstefannysottoflorenciacaqueta.blogspot.com/2017/10/plaza-de-mercado-la-concordia-florencia_9.html].

72. Subbarayan S, Gunaseelan HG. Revisión sobre la agrupación de datos y documentos en función de varias medidas de distancia. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:194-194. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022194>.

73. Tique DH, Ordoñez JJP, Cano CAG. How do technology equipment companies implement new billing strategies? *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:15-15. <https://doi.org/10.56294/mr202215>.

74. Torres, A. (2013). Plan de regularización y manejo plaza central de mercado la Concordia. Alcaldía de Florencia. Secretaria de Gobierno Municipal. 19 págs.

75. Valdés JL, Cuétara LH, Vergara CR, Zapata YM, Marrero OC. Estrategia educativa para la formación de promotores herbolarios. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:86-86. <https://doi.org/10.56294/saludcyt202286>.

76. Vanoy RJA. STEM Education as a Teaching Method for the Development of XXI Century Competencies. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:21-21. <https://doi.org/10.56294/mr202221>.

77. Villamizar, A., & Rondón, J. (2007). Caracterización del proceso de construcción social del espacio público. Plaza de mercado La Concordia de la ciudad de Florencia. Una mirada desde la pedagogía (Tesis de grado, Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá, Colombia).

78. Zavala-Soledispa BE, Soledispa-Cañarte BJ, Soledispa-Cañarte PA, Tomalá GMS, López AC. La gestión educativa como impulsora de la investigación científica y tecnológica: Nuevos horizontes de innovación. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:165-165. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022165>.

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Ninguno.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Curación de datos: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Análisis formal: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Metodología: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Supervisión: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Validación: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Visualización: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven -Santanilla.

Redacción - borrador original: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven - Santanilla.

Redacción - revisión y edición: Ginna Tovar-Cardozo, Guineth Facundo-Vargas, Velmar Joven - Santanilla.