

Pago de impuestos directos e indirectos en las empresas de marketing y publicidad de la provincia de Veraguas

Tomasa González Jiménez¹

tomasa.gonzalez@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-0537-0428>

Universidad de Panamá

Panamá

Francisco Javier Campines Barría

francisco.campines@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-9331-7562>

Universidad de Panamá

Panamá

RESUMEN

Los impuestos son un tributo o carga que los individuos u organizaciones están obligados a pagar al gobierno u otros organismos autorizados. El objetivo principal de la investigación es Diagnosticar los tipos de impuestos directos e indirectos que las empresas de Marketing y Publicidad de la provincia de Veraguas están sujetas a declarar conforme a las leyes vigentes. La metodología empleada tiene un enfoque cuantitativo de tipo descriptiva con un diseño es no experimental, de corte transversal. La técnica seleccionada para la recolección de datos fue en base a una encuesta, la cual se aplicó a una muestra de 22 empresas. Los resultados muestran que 59% de las empresas encuestadas son personas naturales y un 41% personas jurídicas, de los cuales 43% pagan impuesto sobre la renta como parte de los impuestos directos, en cambio dentro de los impuestos indirectos destacan los impuestos municipales y el ITBMS con un 46% y 43% respectivamente.

Palabras Claves: *impuestos directos; impuestos indirectos; marketing; publicidad; leyes.*

¹ Autor principal

Correspondencia: dr_chinchilla@hotmail.com

Payment of direct and indirect taxes in marketing and advertising companies in the province of Veraguas

ABSTRACT

Taxes are a tribute or charge that individuals or organizations are required to pay to the government or other authorized bodies. The main objective of the investigation is to diagnose the types of direct and indirect taxes that Marketing and advertising companies in the province of Veraguas are subject to declare in accordance with current laws. The methodology used has a quantitative approach of a descriptive type with a non-experimental, cross-sectional design. The technique selected for data collection was based on a survey, which was applied to a sample of 22 companies. The results show that 59% of the companies surveyed are natural persons and 41% are legal persons, of which 43% pay income tax as part of direct taxes, while within indirect taxes municipal taxes and ITBMS with 46% and 43% respectively.

Keywords: *direct taxes; indirect taxes; marketing; advertising; laws.*

Artículo recibido 20 mayo 2023

Aceptado para publicación: 20 junio 2023

INTRODUCCIÓN

Desde épocas remotas hasta la actualidad, los impuestos han sido parte fundamental e indispensable para el crecimiento y desarrollo de cualquier nación, en donde cada uno de sus habitantes contribuye al mismo en pro y beneficio de la sociedad en la cual habita. Según Roldán (2020) “los impuestos son un tributo o carga que los individuos u organizaciones están obligados a pagar al gobierno u otros organismos autorizados” (párr.1).

Son las contribuciones que deben pagar por ley los ciudadanos y las empresas para que el Estado pueda cubrir las necesidades comunes, como construcción y mantenimiento de las escuelas, parques, hospitales, calles y carreteras; también permite el pago de los servidores públicos y servicios de salud, los acueductos, entre otros (Dirección General de Impuestos Internos, 2019, p.2).

Moreno (2019), define a los impuestos como “la representación dineraria de funciones ejercidas por el Estado, cuyo pago se deriva de un principio constitucional al que se encuentran sometidas personas tanto naturales como jurídicas” (p.24).

En otras palabras, los impuestos son pagos requeridos por ley por parte de la ciudadanía al estado, con el fin de financiar programas que beneficien a la comunidad en general.

Los impuestos permiten el financiamiento de programas gubernamentales y servicios públicos que beneficien a la comunidad en su conjunto. Estos programas pueden incluir educación, salud, infraestructura y seguridad pública, entre otros. Los impuestos también ayudan a redistribuir la riqueza y promover la igualdad social al proporcionar servicios esenciales a quienes de otro modo no podrían pagarlos. En general, los impuestos juegan un papel crucial en el mantenimiento de una sociedad en funcionamiento y aseguran que se satisfagan las necesidades de todos los ciudadanos.

El artículo 3 de la ley N°76 del 13 de febrero de 2019 que aprueba el código de procedimiento tributario de la república de panamá señala que “el impuesto es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador una conducta descrita por la ley que obliga al contribuyente sin una contraprestación estatal individualizada relativa a este”

En Panamá, “los impuestos se dividen en dos categorías principales: impuestos directos e indirectos” (Centro Nacional de Competitividad, 2013, p.2). “Los impuestos directos son aquellos que gravan la

manifestación inmediata de la capacidad económica de un individuo, es decir, grava de forma directa la generación de riqueza (ingresos) o la posesión de un determinado patrimonio” (Monforte, 2022, párr.3). Por otra parte Kiziryan (2020) expresa que “los impuestos indirectos son aquellos impuestos que una persona debe pagar por el hecho de consumir o utilizar algo. Nos afectan a todos los ciudadanos por igual. Todos pagamos impuestos de acuerdo a la renta bruta recibida”

De acuerdo a Bonilla (2019), los impuestos directos e indirectos en Panamá, se clasifican tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. *Clasificación de los impuestos directos e indirectos en Panamá*

Impuestos en Panamá	
Impuestos Directos	Impuestos Indirectos
Impuesto sobre la renta	Impuesto de Transferencia Bienes Muebles y Servicios (ITBMS)
Distribución de dividendos o utilidades	Impuesto de Remesa
Impuesto sobre las ganancias de capital	Impuestos Municipales
Impuesto sobre bienes inmuebles	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos Bonilla (2019)

Como se observa en la tabla 1, dentro de los impuestos directos se encuentra el impuesto sobre la renta (ISR), en donde la estructura vigente del mismo está establecida por la ley No. 9 de 28 de diciembre de 1964, que se incorporó como Título I al Libro Cuarto del Código Fiscal. La ley fue reglamentada por el Decreto No. 60 del 28 de junio de 1965.

Se puede definir el impuesto sobre la renta como un gravamen anual sobre la renta total gravable de fuente panameña obtenida por los contribuyentes, con independencia de su domicilio y del lugar de celebración de los contratos. Son contribuyentes fundamentalmente, las personas naturales o físicas (individualmente o en pareja de cónyuges) y las personas jurídicas o sociedades legalmente constituidas en Panamá o autorizadas para desarrollar actividades en Panamá (Dirección General de Ingresos, s.f., p.1)

De acuerdo con la Ley 6 del 2 de febrero de 2005, Artículo 20, el cual modifica el Artículo 710 del Código Fiscal señala que:

Todo contribuyente está obligado a presentar, personalmente o a través de apoderado o representante, una declaración jurada de las rentas que haya obtenido durante el año gravable anterior, así como de los dividendos o participaciones que haya distribuido entre sus accionistas o socios, y de los intereses pagados a sus acreedores. Los plazos para la presentación anual de esta declaración jurada serán para las personas naturales, hasta el 15 de marzo, para las personas jurídicas el 31 de marzo.

Según la ley N°8 del 15 de marzo de 2010, del código fiscal, en su artículo 700 Las personas naturales pagarán el Impuesto sobre la Renta de conformidad con las tarifas siguientes:

Figura 1. *Tarifas de ISR personas naturales o físicas*

Si la renta neta gravable es:	El impuesto será:
Hasta B/.11,000.00	0%
De más de B/.11,000.00 hasta B/.50,000.00	El 15% por el excedente de B/.11,000.00 hasta B/.50,000.00
De más de B/.50,000.00	Pagarán B/.5,850.00 por los primeros B/.50,000.00 y una tarifa del 25% sobre el excedente de B/.50,000.00

Fuente: Código Fiscal

Dentro de la misma ley en el artículo 699, Las personas jurídicas pagarán el Impuesto sobre la Renta a la siguiente tarifa general:

Figura 2. *Tarifas de ISR personas jurídicas*

Periodos Fiscales	Tarifa
A partir del 1 de enero de 2010	27.5%
2011 y siguientes	25%

Fuente: Código Fiscal

En esta misma línea de impuestos directos se encuentran la distribución de dividendos o utilidades.

El Dividendo es la parte del beneficio de una empresa que se reparte entre los accionistas de una sociedad. El dividendo constituye la principal vía de remuneración de los accionistas como propietarios de una sociedad. Su importe debe ser aprobado por la Junta General de Accionistas de la sociedad. En Panamá son contribuyente del Impuesto de dividendos las personas jurídicas que requieran Aviso de Operación para realizar operaciones comerciales e industriales dentro del territorio nacional; o que generen ingresos gravables en la República de Panamá (BDO Panamá, 2017, párr.1).

Se pagará el Impuesto de dividendos así: 10% sobre las utilidades de fuente panameña, 5% sobre utilidades de fuente exenta, extranjera y/o exportación, 5% sobre utilidades de la Zona Libre de Colón, Área Panamá- Pacífico, 20% en dividendos que correspondan a acciones al portador (Dirección General de Ingresos, 2022, párr.2).

Con relación a los impuestos sobre las ganancias de capital, que también están dentro de los impuestos directos se constituyen el impuesto a la renta que tributa quien obtiene utilidad producto de la venta. En los casos de ganancia en enajenaciones de bienes inmuebles, la renta gravable será la diferencia entre el valor de la venta y el costo básico del bien, incluyendo las mejoras efectuadas y los gastos requeridos para efectuar la transacción. Importante que la legislación define el costo básico como el inferior monto entre el valor catastral y valor según libros para las personas jurídicas (UC&CS América, s.f., p.8).

Según Bonilla (2019) “Sólo las propiedades localizadas en Panamá están sujetas al impuesto sobre la ganancia de capital. La tasa estándar es del 10% de la ganancia de la venta” (p.68).

Según la ley N°66 del 17 de octubre de 2017, artículo 5 que modifica del código fiscal, tipifica Dentro de esta misma ley en el artículo 766-A la tarifa progresiva del impuesto sobre bienes inmuebles comerciales, industriales, otras residencias , terreno es la siguiente:

- a. 0.00% sobre la base imponible de cero balboas hasta treinta mil balboas (B/.30,000.00).
- b. 0.60% sobre la base imponible excedente de treinta mil balboas (B/.30,000.00) hasta doscientos cincuenta mil balboas (B/.250,000.00).

- c. 0.80% sobre la base imponible excedente de doscientos cincuenta mil balboas (B/.250,000.00) hasta quinientos mil balboas (B/.500,000.00).
- d. 1.00% sobre la base imponible excedente de quinientos mil balboas (B/.500,000.00)

Con relación a los impuestos indirectos, tal y como se presentó en la tabla 1, dentro de esta categoría se encuentra el impuesto de transferencia bienes muebles y servicios (ITBMS), el cual fue reglamentado por el decreto ejecutivo N°84 del 26 de agosto de 2005. En el capítulo II, artículo 4 del mismo señala que son contribuyentes de mencionado impuesto:

- a) Las personas naturales así como las entidades públicas y privadas que realicen actividades comerciales, industriales o de prestación de servicios.
- b) Las personas domiciliadas y entidades constituidas, en el exterior, cualquiera sea el monto de sus ingresos.
- c) Los importadores por cuenta propia o ajena

La ley 8 del 15 de marzo de 2010, en el artículo 76, describe que la tarifa del ITBMS será de siete por ciento (7%) a partir del 1 de julio de 2010. En los casos que se detallan a continuación se aplicarán las siguientes tarifas para este impuesto:

- 1. La importación, venta al por mayor y menor de bebidas alcohólicas, las cuales tendrán una tarifa de diez por ciento (10%).
- 2. La importación, venta al por mayor y menor de productos derivados del tabaco, tales como cigarrillos, cigarros, puros, entre otros, los cuales tendrán una tarifa de quince por ciento (15%).
- 3. El servicio de hospedaje o alojamiento en todas las modalidades de establecimientos públicos causa una tarifa del diez por ciento (10%).

Con relación a los impuestos de remesa, estos son definidos por la Dirección General de Ingresos como

La renta recibida por las personas naturales o jurídicas domiciliadas fuera del territorio de la República de Panamá, generada como producto de cualquier servicio o acto, documentado o no que beneficie a personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjera, ubicadas dentro de la República de Panamá. Deberá deducir y retener la cantidad que

resulte de aplicar las tarifas establecidas en los artículos 699 y 700 del Código Fiscal, según sea el caso (párr.1).

Dentro de la misma línea de impuestos indirectos se encuentran los impuestos municipales, en donde la ley N°106 del 8 de octubre de 1973, en su artículo 74, explica que “Son gravables por los Municipios con impuestos y contribuciones todas las actividades industriales, comerciales o lucrativas de cualquier clase que se realicen en el Distrito”.

El Impuesto Municipal se encuentra estructurado sobre la base de los ingresos, ventas o comisiones brutas anuales de cada una de las actividades comerciales, industriales y lucrativas, que pueden ser gravadas por el Municipio de Panamá, con el respectivo impuesto mensual a pagar. Los pagos son de acuerdo a la actividad de la empresa y el volumen de las ventas anuales. Es un impuesto que se paga mensual (Bonilla, 2019, p.71).

Como se ha podido evidenciar Panamá, en materia tributaria esta estricta y formalmente reglamentada, por lo que las empresas de índole natural o jurídica que realicen cualquier actividad comercial, industrial o de servicio con fines de lucro están sujetas a pagar impuestos ya sean directos o indirectos, realidad de la cual no se escapan las empresas de marketing y publicidad, definidas estas por Gomes (2021) de la siguiente forma:

Es una empresa encargada de gestionar las actividades de Marketing de sus clientes, con el objetivo de atraer consumidores, incrementar las ventas, fortalecer el branding y generar valor para el mercado. Una agencia de publicidad se ocupa de impulsar la presencia de marcas y productos en vehículos de medios como sitios web, redes sociales, motores de búsqueda, TV, periódicos, revistas y muchos otros.

En la provincia de Veraguas, existen muchas empresas que se dedican a la actividad de marketing y publicidad, ofreciendo sus productos y servicios a nivel nacional tanto a personas particulares como a empresas del sector público o privado.

Ante el auge que está teniendo la provincia en empresas de este tipo, y la responsabilidad que tienen ante el estado de declarar impuestos, llevan a establecer como objetivo de investigación: Diagnosticar los tipos de impuestos directos e indirectos que las empresas de Marketing y publicidad de la provincia de Veraguas están sujetos a declarar conforme a las leyes vigentes.

METODOLOGIA

La metodología empleada para esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, según Hernández, et al. (2014) “Utiliza la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (p.3). La misma es de tipo descriptiva, Malhotra (2008) explica a la investigación descriptiva como “tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características y funciones del mercado” (p. 82).

Su diseño es no experimental, definido por Hernández, et al. (2014) como el estudio que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos" (p.152). De corte transversal, el cual “analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido” (Ortega, 2023, párr.1). La técnica seleccionada para la recolección de datos en la presente investigación está apoyado de una encuesta.

La encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (Casas, et al., 2012, p.143)

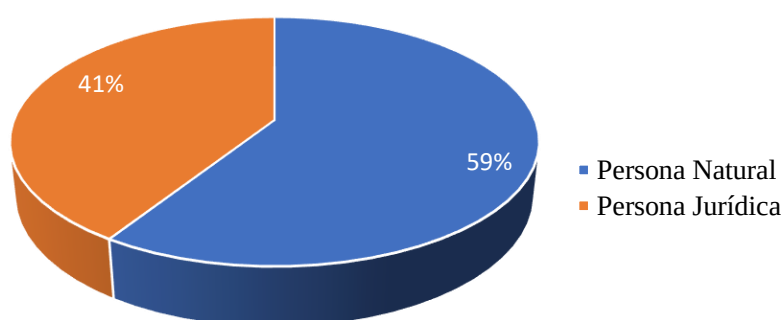
La misma incluye preguntas generales y preguntas específicas relacionadas al tema de investigación en la cual se incorporarán interrogantes cerradas con múltiples opciones como respuestas.

Esta se aplicó de forma directa y personal a los propietarios de las empresas, una de ellas a través de llamadas telefónicas.

La población objeto de estudio está conformada por 22 empresas de marketing y publicidad de la provincia de Veraguas, por ser una población pequeña, la muestra la conforman todas las empresas objeto de estudio.

RESULTADOS Y DISCUSION

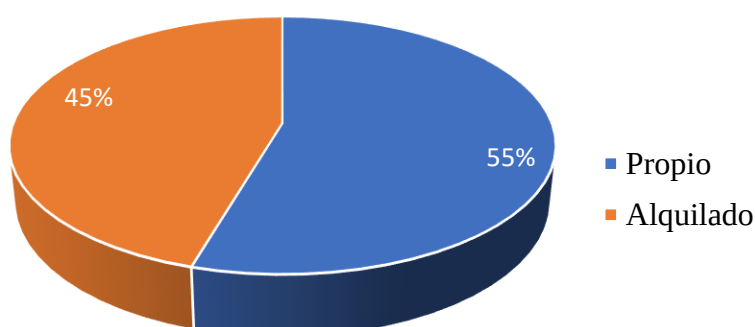
Figura 3. Tipo de Empresa



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede apreciar en la figura 2, el 59% el cual está representado por 13 empresas de marketing y publicidad, son consideradas entidades de tipo natural, en cambio el 41% son de carácter jurídicas. De estas, 8 tiene más de 10 años ejerciendo sus funciones dentro del mercado Veragüense, 4 son relativamente nuevas dentro del negocio con un tiempo aproximado de uno a tres años y el resto oscila entre los 4 a 10 años de servicios. De igual forma 20 de ellas (91%) tienen entre uno a 10 colaboradores y el resto entre 11 a 49 empleados.

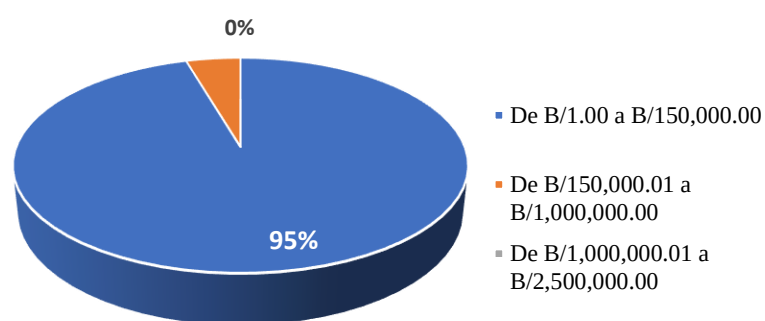
Figura 4. Local donde Funciona la Empresa



Fuente: Elaboración Propia

En la figura 4 se observa que el 55% (12 empresas de marketing y publicidad), prestan sus servicios en locales propios y el 45%, el cual está constituida por 10 empresas, ejercen sus labores en locales alquilados.

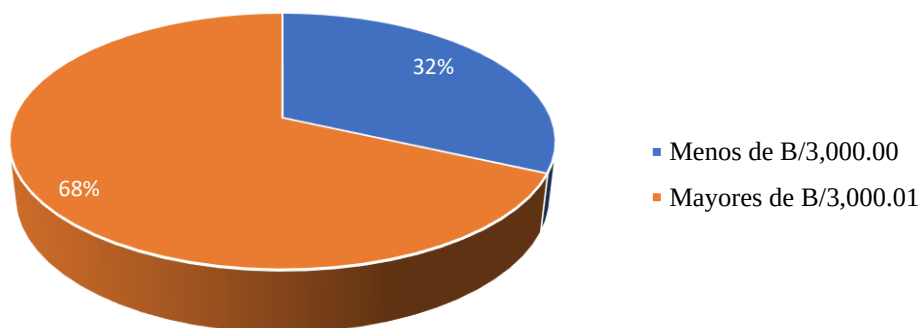
Figura 5. Nivel de Facturación Anual



Fuente: Elaboración Propia

Conforme a la información recabada de las empresas de marketing y publicidad el 95% indican que su nivel de facturación anual esta entre B/1.00 a B/150,000.00, solo dos de ellas señalan que esta entre B/150,000.01 a B/1, 000,000.00

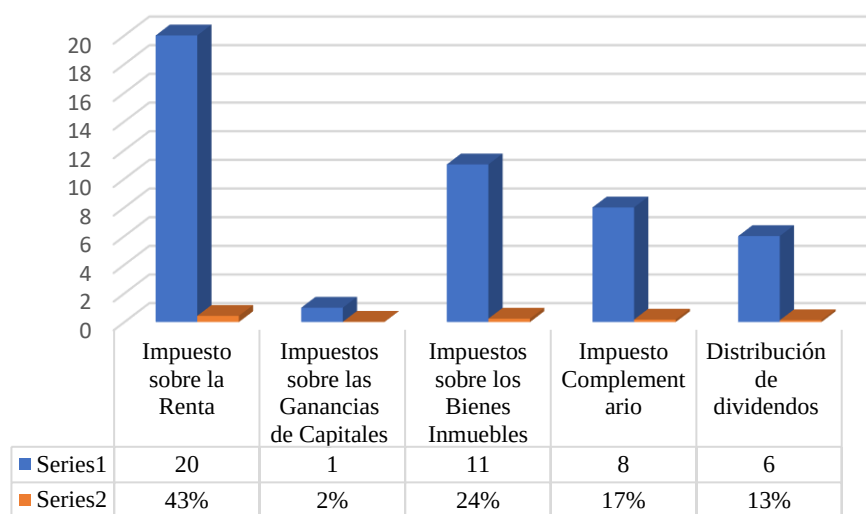
Figura 6. Ingresos Mensuales



Fuente: Elaboración Propia

En la figura 6, se puede evidenciar que el 68% de las empresas encuestadas indican que sus ingresos mensuales ascienden a más de B/3,000.01, mientras que el 32% señalan que estos están a menos de B/ 3,000.00.

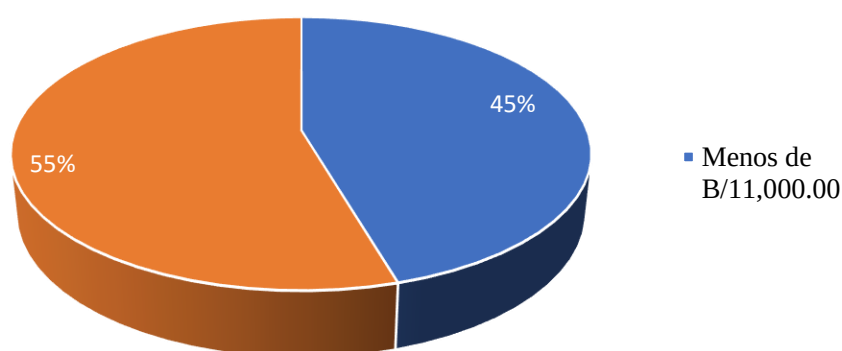
Figura 7. Impuestos Directos que Paga



Fuente: Elaboración Propia

Tal y como se observa en la figura 7, las empresa de marketing y publicidad tienen la obligación de pagar más de un impuesto directo, de los cuales una evidente mayoría (20 empresas) están sujeta a pagar Impuesto Sobre la Renta, 11 de ellas pagan Impuestos sobre los Bienes Inmuebles y otras 8 impuestos complementarios. Un minúsculo número de empresas (6), paga distribución de dividendos y solo una Impuestos sobre las Ganancias de Capitales.

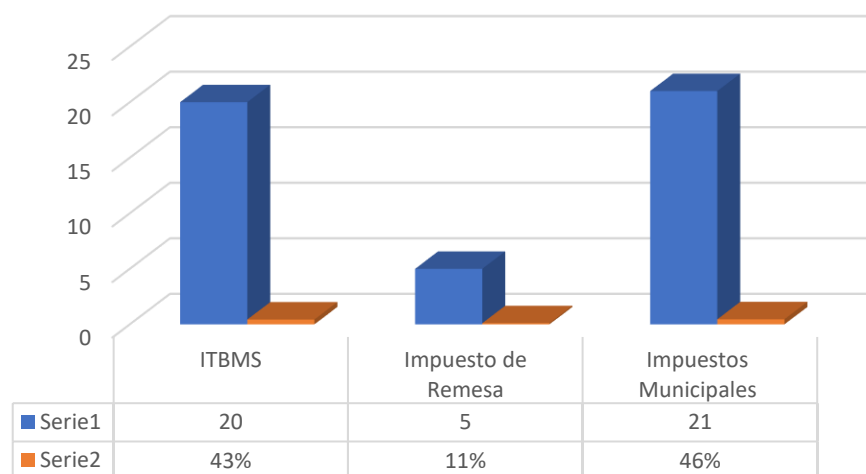
Figura 8. Utilidades Antes de Impuesto



Fuente: Elaboración Propia

El 55% de las empresas encuestadas dan a conocer que sus utilidades antes de impuestos son mayor de B/11,000.01 y el 45% señalan que estos son menos de B/11,000.00

Figura 9. Impuestos Indirectos que Paga



Fuente: Elaboración Propia

En la figura 9 se puede observar que las empresas de marketing y publicidad pagan más de un impuesto indirecto, dentro de lo que cabe destacar que 20 y 21 de ellas pagan ITBMS e Impuestos municipales respectivamente y solo 5 que representan un 11% pagan impuesto de Remesa.

CONCLUSIONES

Durante la investigación de campo, al momento de aplicar las encuestas, se evidenciaron algunos aspectos que llamaron poderosamente la atención y es que muchos de los encuestados de las empresas de marketing y publicidad de la provincia de Veraguas, demostraron cierto grado de desconocimiento en materia de impuestos directos e indirectos, ya que cumplen con sus obligaciones conforme a las leyes vigentes, más en cambio no tienen claridad en cuál es su diferencia y de qué forma están contribuyendo al país con dicho aporte, para lo que fue necesario hacer una breve aclaración y facilitaran con mayor confianza la información.

Dilucidando sobre los resultados obtenidos se puede considerar que las empresas de marketing y publicidad de la región de Veraguas, de acuerdo a la ley 8 de AMPYME de 29 de marzo de 2000, están posicionadas en el rango de microempresas, lo que pone en evidencia el gran impacto que tienen estas en el país, en donde aparte de aportar significativamente con sus impuestos al estado también genera plazas de empleos, por lo que resulta de gran importancia que se impulse el emprendedurismo en la población ya que esto trae beneficios de gran envergadura a corto, mediano y largo plazo.

La información obtenida en el ámbito tributario ha reflejado en aspectos de impuestos directos, que el impuesto sobre la renta y el impuesto sobre bienes inmuebles tiene un aporte significativo a las arcas del estado, lo que repercute directamente para el financiamiento de infraestructuras, servicios públicos y otros a nivel nacional.

Por otra parte los resultados ponen en relieve un dato importante en donde 20 empresas de marketing y publicidad contribuyen en el pago de impuestos locales aportando de esta manera en el presupuesto de descentralización municipal y que a su vez redunda en beneficios y desarrollos directos en la provincia de Veragua.

El Impuesto de Transferencia de Bienes Muebles y Servicios (ITBMS) ubicado como impuesto indirecto y conocido como la recaudación del 7% sobre el valor de venta , dación en pago, cesión o cualquier otro acto que tenga como fin transmitir el dominio en el país genera un ingreso significativo en el presupuesto del estado, sé puede evidenciar en esta investigación que las actividades o servicios de este tipo de empresas son retenedores de este impuesto contribuyendo a su cumplimiento de las normativas tributarias del país.

En resumidas cuentas los impuestos son obligaciones que tanto las personas naturales como jurídicas tienen el deber de pagar para contribuir a los financiamientos del estado, ya que sin estos el mismo no podría funcionar. Depende de estos fondos para la construcción de calles, escuelas, hospitales, prestar servicios de salud, educación, defensa, etc. No obstante para lograr todo esto resulta necesario que la administración pública, use correctamente los tributos, sean transparentes y equitativos, para una correcta redistribución de los ingresos y con ello se logre el bienestar de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Decreto ejecutivo N°65 de 1965. *Por el cual se reglamentan las disposiciones del impuesto sobre la renta contenidas en el código fiscal.* Gaceta oficial 15418. Panamá, República de Panamá. 28 de junio de 1965.

Decreto ejecutivo N°84 de 2005. *Por el cual se reglamenta el impuesto de transferencia de bienes corporales muebles y la prestación de servicios (ITBMS).* Gaceta Oficial 25373. Panamá, República de Panamá. 29 de agosto de 2005.

- Bonilla, Y. (2019). *Tipos de impuestos en la republica de Panamá según el derecho fiscal vigente*. Revista Catherdra. 3(19), 65-72.
- Centro Nacional de Competitividad. (2013). *Competitividad al día*.
<file:///C:/Users/Sky/Downloads/Competitividad%20al%20Dia%20No.%20157%20-%20Impuestos%20en%20Panama.pdf>
- Dirección General de Impuestos Internos (2019). *Historia de los Impuestos*.
<https://dgii.gov.do/et/preContribuyentes/nivelPrimario/Materiales%20Educativos/8-Historia%20de%20los%20Impuestos.pdf>
- Dirección General de Ingresos (2022). *Declaración Jurada Sobre el Impuesto Retenido Sobre Dividendos o Cuotas de Participación. Formulario 07*.
<https://dgi.mef.gob.pa/DInforme/Formulario07.php>
- Dirección General de Ingresos (s.f.). *La Administración del Impuesto Sobre la Renta Personal en Panamá*.
https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_1/administracion_impuesto_sobre_la+renta_personal_panama_dgi.pdf
- Dirección General de Ingresos (2022). *Declaración Jurada de Retenciones o Remesa al Exterior. Formulario 05*.
<https://dgi.mef.gob.pa/DInforme/Formulario05.php#:~:text=La%20remesa%20es%20la%20renta,de%20la%20Rep%C3%ABlica%20de%20Panam%C3%A1.>
- Kiziryan, M. (2020). *Impuestos Indirectos*. <https://economipedia.com/definiciones/impuestos-indirectos.html>
- Gomes, D. (2021). *¿Qué es una agencia de marketing?* <https://rockcontent.com/es/blog/agencia-de-marketing/#:~:text=agencia%20de%20Marketing%3F-%20BFQu%C3%A9%20es%20una%20agencia%20de%20Marketing%3F,con%20las%20agencias%20de%20publicidad.>
- Ley N°6 del 2 de enero de 2005. *Que implementa un programa de equidad fiscal*. Gaceta Oficial N°25232. Panamá, República de Panamá. 3 de febrero de 2005, (Panamá)

Ley N°76 del 13 de febrero de 2019. *Que aprueba el código de procedimiento tributario de la República de Panamá*. Gaceta Oficial N°28714-B. Panamá, República de Panamá. 14 de febrero de 2019, (Panamá).

Ley N°8 del 27 de enero de 1956. *Código Fiscal de la República de Panamá*. Gaceta Oficial N°12995. Panamá, República de Panamá. 29 de junio de 1956, (Panamá).

Ley N°8 del 15 de marzo del 2010. *Que reforma el Código Fiscal, adopta medidas fiscales y crea el Tribunal Administrativo Tributario*. Gaceta Oficial N°26489-A. Panamá, República de Panamá. 15 de marzo de 2010.

Ley N°66 del 17 de octubre del 2017. *Que modifica artículos del Código Fiscal, en materia de impuestos de inmuebles, y dicta otras disposiciones*. Gaceta Oficial N°28388-C. Panamá, República de Panamá. 17 de octubre de 2017.

Ley N°106 del 8 de octubre de 1973. *Sobre el Régimen Municipal*. Gaceta Oficial N°17458. Panamá, República de Panamá. 24 de octubre de 1973

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. (5ª Edición). Pearson Educación

Monforte, E. (2022). Impuestos directos e indirectos: ¿Cuáles son y cómo afectan? <https://www.camerfirma.com/impuestos-directos-e-indirectos-cuales-son-y-como-te-afectan/>

Moreno, G. (2019). *Desarrollo del Marco Conceptual de la Obligación Tributaria*. Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales.

Ortega, M. (2023). ¿Qué es un estudio transversal? <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/#:~:text=El%20estudio%20transversal%20se%20define,transversal%20y%20estudio%20de%20prevalencia.>

Roldan, P. (2020). *Impuestos*. <https://economipedia.com/definiciones/impuesto.html#:~:text=El%20impuesto%20es%20un%20tributo,beneficio%20directo%20por%20su%20pago.>

UC&CS América (s.f.). *Impuestos en Panamá*. https://www.uccs-america.org/uccs-america/rc_images/impuestos_en_panam_1.pdf