

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “La relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingenierías en Administración de Empresas y Marketing.

AUTORAS: Nataly Gabriela Acosta Aguirre

Marjore Alejandra Pozo Montenegro

TUTOR: Msc. Sonia Malquin

TULCÁN - ECUADOR

2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Nataly Gabriela Acosta Aguirre con el número de cédula 0401848049 ha elaborado el trabajo de titulación: “La relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



.....
Msc. Sonia Malquin



.....
Msc. Jorge Miranda

Tulcán, 12 de septiembre de 2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Marjore Alejandra Pozo Montenegro con el número de cédula 0401617451 ha elaborado el trabajo de titulación: “La relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Msc. Sonia Malquin



Msc. Jorge Miranda

Tulcán, 12 de septiembre de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniería de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Nataly Gabriela Acosta Aguirre con cédula de identidad número 0401848049 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Nataly Gabriela Acosta Aguirre

Tulcán, 12 de septiembre de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniería de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Marjore Alejandra Pozo Montenegro con cédula de identidad número 0401617451 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....
Marjore Alejandra Pozo Montenegro

Tulcán, 12 de septiembre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Nataly Gabriela Acosta Aguirre declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Nataly Gabriela Acosta Aguirre

Tulcán, 12 de septiembre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Marjore Alejandra Pozo Montenegro declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....
Marjore Alejandra Pozo Montenegro

Tulcán, 12 de septiembre de 2018

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer infinitamente a Dios por brindarme la fuerza y la perseverancia de continuar a pesar de los obstáculos, caídas y fracasos con su bendición divina he luchado día a día hasta alcanzar mi sueño.

A mis padres Antonio Acosta y Narciza Aguirre por ser el pilar fundamental, por el inmenso amor, por el apoyo incondicional, y todo el sacrificio que han hecho por brindarme un futuro mejor, gracias a ustedes he logrado culminar una meta más y convertirme en lo que soy.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por abrirme sus puertas, y brindarme el conocimiento necesario, preparándome día a día para emprender una vida profesional.

A mi tutor Msc. Sonia Malquin y lector Msc. Jorge Miranda quienes me brindaron su tiempo, sus palabras y sus conocimientos para la culminación de esta tesis y en si mi formación profesional.

Y de manera especial a mi amigo incondicional por brindarme su amistad sincera, su apoyo y darme una mano siempre en los momentos de adversidad “Te quiero demasiado”.

Nataly A.

Me gustaría agradecer a Dios por protegerme en toda mi trayectoria universitaria, de cualquier obstáculo y por brindarme la oportunidad de cumplir con mis objetivos y metas propuestas.

A mis padres Ramiro Pozo y Lidia Montenegro por ser un apoyo incondicional y padres ejemplares me han apoyado en alcanzar mis sueños y ser el motivo de todos mis sacrificios y no rendirme ante nada.

A mi hermana por brindarme sus consejos en cada etapa de mi vida y ser una amiga para mí y ser un excelente ejemplo a seguir.

A mi tutor Msc. Sonia Malquin y lector Msc Jorge Miranda, por su valioso asesoramiento en la elaboración de la presente investigación, impartíendome sus conocimientos y aportaciones.

Finalmente doy gracias a todas las personas que me brindaron su ayuda en el trabajo de investigación.

Alejandra P.

DEDICATORIA

A Dios por su amor e infinita bondad, y ser quien me guíe por el sendero del bien para poder seguir adelante pese a los grandes infortunios.

A un ser extraordinario que me ha ensañado que la humildad prevalece ante todo a mi padre, quien con la firmeza de sus palabras ha forjado en mí el sentido de la responsabilidad y el respeto, un hombre luchador que día a día a tenido que sudar la gota gorda por brindarme un mejor futuro, depositando ciegamente su confianza en mí, con sus palabras de aliento, que me permitieron ser una persona de bien.

A una persona que amo con todo el corazón al ser que me dio la vida a mi madre, por ser la promotora de mis sueños, su lucha incondicional que impulsa mis ganas de superación, quien con su amor, su comprensión ha hecho que nazca en mi la inspiración por lograr conseguir un futuro añorado, por medio de sus consejos me ha enseñado el valor de la vida y la amistad. “Los amo mucho”.

A mi amigo fiel e incondicional que con una palabra de aliento me ayudo a luchar y no rendirme.

A mi angelito del cielo que desde el glorioso paraíso cuida de mí y mi familia. A ti abuelito te dedico todo mi esfuerzo.

Nataly A.

Esta tesis la dedico principalmente a Dios porque me da la sabiduría para continuar en cada etapa de mi vida con amor y fortaleza, a mi familia especialmente a mis padres por brindarme su apoyo acompañándome durante toda mi trayectoria estudiantil, impulsándome a seguir adelante cuando el camino se ha tornado difícil para convertirme en una profesional.

Alejandra P.

ÍNDICE

<u>CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR</u>	2
<u>CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR</u>	3
<u>AUTORÍA DE TRABAJO</u>	4
<u>AUTORÍA DE TRABAJO</u>	5
<u>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</u>	6
<u>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</u>	7
AGRADECIMIENTO	8
DEDICATORIA	9
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN.....	16
I. PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.4.1. Objetivo General	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	20
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	22
2.2. MARCO TEÓRICO	27
2.2.1. Contribuyente	27
2.2.2. Sistema impositivo	27
2.2.3. Impuesto	27
2.2.4. Características de los impuestos.....	28
2.2.5. Valor agregado	28
2.2.6. Evasión tributaria.....	29
2.2.7. Características.....	29
2.2.8. Impuesto a la renta.....	30
2.2.9. Objetivo del Impuesto a la Renta	30
2.2.10. Impuesto al Valor Agregado.....	30
2.2.11. Tributo	31
2.2.12. Obligaciones Tributarias.....	31
2.2.13. Obligaciones Tributarias de las personas naturales y jurídicas	31
2.2.14. Obtener el RUC	31
2.2.15. Presentar Declaraciones.....	32
2.2.16. La venta	32

2.2.17.	Tipos de venta.....	33
2.2.18.	El proceso de venta.....	34
2.2.19.	Técnicas de venta.....	34
2.2.20.	Promoción de ventas.....	35
2.2.21.	Mercado	35
2.2.22.	Características de los mercados	36
2.2.23.	Tipo de mercado	36
2.2.24.	Mayorista	37
2.2.25.	Características principales de los mayoristas	37
2.2.26.	Funciones del comercio Mayorista.....	38
2.2.27.	Clasificación de empresas mayoristas	38
III.	METODOLOGÍA.....	39
3.1.	ENFOQUE METODOLÓGICO	39
3.1.1.	Enfoque.....	39
3.1.1.1.	Cuantitativo	39
3.1.1.2.	Cualitativo	40
3.1.2.	Tipo de Investigación	41
3.2.	HIPÓTESIS	42
3.3.	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	42
3.3.1.	Definición de variables.....	42
3.4.	MÉTODOS UTILIZADOS	45
3.5.	ANÁLISIS ESTADÍSTICO	46
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
4.1.	RESULTADOS	47
4.2.	DISCUSIÓN	64
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
5.1.	CONCLUSIONES	86
5.2.	RECOMENDACIONES.....	87
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	88
VII.	ANEXOS	94
7.1.	Anexos encuesta	94
7.2.	Anexos entrevista	98
7.3.	Anexos tablas.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	43
Tabla 2: Evolución de la tasa IVA en países de América Latina y la OCDE.	68
Tabla 3: Ingresos Tributarias en países de América Latina.....	69
Tabla 4: Niveles de renta para la aplicación de tasas mínimas y máximas	70
Tabla 5: Carga tributaria y estructura relativa del impuesto sobre la renta en América Latina ...	71
Tabla 6: Administración tributaria	71
Tabla 7: Entes recaudadores de impuestos	73
Tabla 8: Volumen de ventas año 2013	73
Tabla 9: Volumen de ventas año 2017	74
Tabla 10: Recaudación acumulada del Año 2017 en el Ecuador	75
Tabla 11: Recaudación Acumulada del Año 2017 de la Provincia del Carchi.....	76
Tabla 12: Recaudación Acumulada del Año 2018 de Ecuador: De Enero a Junio	76
Tabla 13: Recaudación Acumulada del Año 2018 de la Provincia del Carchi: De Enero a Junio	77
Tabla 14: Ingresos Permanentes en millones de Dólares Año: 2018	80
Tabla 15: Recaudación del impuesto al valor agregado	81
Tabla 16: Recaudación del Anticipo del Impuesto a la Renta.....	82
Tabla 17: Recaudación del impuesto a la renta	83
Tabla 18: Asignación al GAD provincial de Carchi en 2016.....	85
Tabla 19: Distribución del presupuesto por cantón	85
Tabla 20: Género	100
Tabla 21: Edad.....	100
Tabla 22: Nivel de educación	101
Tabla 23: Tipo de impuesto	101
Tabla 24: Contribuir a mejorar el país.....	101
Tabla 25: Cumplir obligaciones como ciudadano	101
Tabla 26: Para evitar pago de multas e intereses.....	102
Tabla 27: Para evitar clausura del local.....	102
Tabla 28: Por cultura tributaria.....	102
Tabla 29: Conocimiento de derechos y obligaciones	102
Tabla 30: Manera de realizar declaraciones	103
Tabla 31: Resultados obtenidos	103
Tabla 32: Cambios que realiza el SRI en relación de los impuestos	103
Tabla 33: inconvenientes para la inversión en el comercio mayorista	103
Tabla 34: inconvenientes en retrasos en el pago de los impuestos.....	104
Tabla 35: En los impuestos que paga cuál ha sido el que afecto su nivel de compras	104
Tabla 36: Forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos	104
Tabla 37: Valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años	105
Tabla 38: valor del pago de impuesto al valor agregado de los últimos 5 años	105
Tabla 39: El valor en dólares de sus ventas en los últimos 5 años	105
Tabla 40: ¿Cuál ha sido su volumen de ventas en dólares en los últimos 5 años?.....	106
Tabla 41: Piensa que el valor de sus ventas se ven afectadas por el pago de impuestos.....	106
Tabla 42: Del total de sus ventas usted destina porcentaje para el pago de sus impuestos	106

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Enfoque de investigación.....	39
Figura 2 Enfoque de Investigación.....	40
Figura 3: Género.....	47
Figura 4: Edad	48
Figura 5: Nivel de educación.....	48
Figura 6: Tipo de impuesto	49
Figura 7: Contribuir a mejorar el país	50
Figura 8: Cumplir obligaciones como ciudadano.....	50
Figura 9: Para evitar pago de multas e intereses	51
Figura 10: Evitar clausura de local.....	52
Figura 11: Por cultura tributaria	52
Figura 12: Conocimiento de derechos y obligaciones.....	53
Figura 13: Manera de realizar declaraciones.....	54
Figura 14: Resultados obtenidos	55
Figura 15: cambios o reformas que realiza el SRI en relación de los impuestos	56
Figura 16: El pago de impuestos ha generado inconvenientes.....	56
Figura 17: Ha tenido inconvenientes en retrasos en el pago de los impuestos.....	57
Figura 18: En los impuestos que usted paga cuál ha sido el que afecto su nivel de compras	58
Figura 19: Forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos.....	59
Figura 20: valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años.....	59
Figura 21: valor del pago de impuesto al valor agregado de los últimos 5 años.....	60
Figura 22: Valor en dólares de sus ventas ha sido mayor a de su compra	61
Figura 23: Volumen de ventas en dólares en los últimos 5 años.....	61
Figura 24: Piensa que el valor de sus ventas se ven afectadas por el pago de impuestos	62
Figura 25: Del total de sus ventas usted destina porcentaje para el pago de sus impuestos	63
Figura 26. Impuesto al valor agregado actualizado al 2015.....	65
Figura 27 Evolución y proyección de ventas	72
Figura 28 Proforma presupuestaria 2018	78
Figura 29 Proforma presupuestaria 2018	78
Figura 30 Proforma presupuestaria 2018	79
Figura 31 Proforma presupuestaria 2018	80

RESUMEN

Esta investigación se la realizó con el propósito de determinar el impacto que genera la carga impositiva en las ventas de los mercados mayoristas de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán; este trabajo tiene como finalidad, analizar si las reformas tributarias es otro motivo que genera consecuencias negativas. Se establece como objetivo general; Analizar la relación de la estructura impositiva sobre las ventas de los mercados mayoristas y como objetivos específicos: Establecer las bases teóricas que sustenten la investigación, analizar los resultados obtenidos utilizando software especializado y desarrollar una investigación diagnóstica. Se empleó metodología cuantitativa y cualitativa; tipos de investigación como: exploratoria, descriptiva, documental y correlacional; que se utiliza para obtener los resultados a través del uso de técnicas. Con la aplicación de encuestas dirigidas a los propietarios de los mercados mayoristas, se ha evidenciado que la carga impositiva del IVA afecta mensualmente al nivel de ingresos del contribuyente y que no se compensa con la realidad de las compras, puesto que existe en el mercado de frontera gran afluencia de mercancías por contrabando afectando así a las transacciones nacionales; en lo referente al Impuesto a la Renta este grava de forma directa a las utilidades obtenidas por el comerciante, ocasionando una disminución con relación al poder adquisitivo. Por otra parte el sector beneficiado son los consultores externos quienes manifestaron que la contratación de sus servicios profesionales se da por la falta de conocimiento de los propietarios al no saber los cambios en la ley de régimen tributario. Se indica los resultados obtenidos, seguido de la discusión y finalmente se estableció conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los cambios que debe tener el (SRI) para lograr que los contribuyentes se encuentren actualizados en información.

Palabras clave: impacto, régimen tributario, impuestos, mercado, mayoristas, ventas.

ABSTRACT

This research was conducted with the purpose of determining the impact that generates the tax burden on sales of wholesale markets of the strategic stores chain of the canton Tulcán. This work has as a purpose, to analyze if tax reforms are another reason that generates negative consequences. The as general objective: is to analyze the relationship of the tax structure on sales of wholesale markets and as specific objectives, to establish the theoretical basis for research, to analyze the results obtained using specialized software and to develop a diagnostic investigation. Quantitative and qualitative methodology was employed; types of research such as: Exploratory, descriptive, documentary and correlational; that is used to get the results through the use of techniques. With the application of surveys aimed to owners of the wholesale markets. It has been shown that the tax burden of IVA affects monthly the level of income of the taxpayer and is not compensated by the reality of purchases. Since then there, is a large influx of smuggled goods in the frontier market. Thus, affecting domestic transactions; in relation to the income tax this gravel directly to the profits obtained by the merchant, causing a decrease in relation to purchasing power. On the other hand, the benefited sector is the external consultants who said that the hiring of their professional services is given by the lack of knowledge of the owners not knowing the changes in the law of tax regime. It indicates that the obtained results, followed by the discussion and finally it was established conclusions and recommendations according to the changes that should have the (SRI) to make that the taxpayers are updated in information.

Key words: Impact, tax regime, taxation, market, wholesalers, sales.

INTRODUCCIÓN

Desde hace años atrás todos los estados requieren generar recursos económicos con el fin de satisfacer las necesidades públicas, por lo que una de las herramientas más necesarias es la tributación, la cual ayuda a recaudar montos relevantes dependiendo del nivel de recaudación del país, para poder solventar los gastos y la redistribución de los ingresos. Aguirre (2011) “los tributos son una contribución de carácter obligatorio son dados por el Estado de manera impositiva por ende es aplicable universalmente para todos los sujetos que tengan una actividad económica” (p.23.) Por lo tanto es importante tomar en cuenta que el pago de impuestos constituye un deber esencial por parte del contribuyente.

Desde otro parámetro quienes están en la obligación de cumplir con las declaraciones tributarias sean estas personas naturales o jurídicas y que desarrollan actividades económicas o brindan servicios sociales, así mismo poseen otras necesidades básicas que necesitan cubrir y resulta desagradable el realizar el pago de impuestos porque disminuyen sus utilidades y el margen de ganancia no es elevado, por lo que el contribuyente lo que menos quiere es pagar por eso busca la forma de evasión.

En el Ecuador la tributación es muy importante debido a que los tributos forman parte de la política fiscal es por ello que el pago de impuestos es una obligación aplicada para todas las personas, siendo de impacto directo para los comerciantes dedicados a la comercialización y venta de productos de diversa índole. SRI (2017) “El país se rige bajo reglamentos tributarios del Servicio de Rentas Internas, tomando en cuenta los pagos más importantes para los ecuatorianos los mismos que se aplican para las personas o instituciones que se involucren en actividades económicas”

Por esta razón la Constitución de la República del Ecuador aprobada en el año 2008 ha incorporado nuevos principios tributarios, orientados a la eficiencia, eficacia y efectividad en cuanto a la recaudación tributaria, con el fin de obtener un nivel mejorado del total de impuestos para poder mantener un gasto publico financiado el cual en la actualidad ha evidenciado crecimiento, por tanto el incumplimiento de las obligaciones tributarias afectan a los ingresos del Estado.

En la provincia del Carchi el impacto de las reformas tributarias ha generado varias consecuencias negativas al ser una provincia fronteriza se ha convertido en un territorio comercial, tanto para mercados mayoristas como minoristas. Cepeda y Rodríguez (2015) mencionan que “debido a la poca información que brindan los organismos de la administración tributaria, ya que muchas de las ocasiones los cambios que se aplican provocan malestar en el cumplimiento de las obligaciones en cuantos a declaraciones del IVA, Impuesto a la Renta

.La gestión tributaria aplicada de acuerdo a los parámetros establecidos permite cumplir ciertos condicionamientos de eficacia en cuanto a la recaudación, pero muchas veces este no es el caso en el sector comercial de la provincia, puesto que muchas veces los contribuyentes hacen caso omiso en cuanto a la forma correcta del ingreso de mercancías con la declaración de pagos, lo que contribuye a que exista incidencia directa, en estos trámites lo cual conlleva a graves sanciones.

En el cantón Tulcán en el sector comercial, está compuesto por una diversidad de actividades económicas es por ello que gran parte de los tributos aquí recaudados provienen de los comerciantes, pero se ha determinado que evidentemente existe evasión por una escasa cultura tributaria en el pago de los impuestos, esto se debe al desconocimiento que tienen a la hora de cumplir con sus obligaciones tributarias afectando de manera directa al bajo desarrollo económico del cantón. Entonces es totalmente necesario realizar un análisis sobre el impacto que generan los impuestos sobre las ventas de la cadena estratégica víveres del cantón Tulcán.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los impuestos en los países en vía de desarrollo se han constituido como una herramienta con el que cuenta el Estado para el crecimiento económico; a través de éstos se puede redistribuir el ingreso y financiar el gasto público, el cual depende en gran medida del nivel de recaudación conseguido.

Según Saltos, (2016) en el Ecuador se adoptado medidas reguladoras que tienen carácter tributario, procurando encontrar un desarrollo en los sectores productivos y por ende del país; lastimosamente, se evidencia evasión en todos los niveles de la producción, lo que impide incrementar la recaudación que permita una estructura tributaria eficiente y eficaz.

Fernanda Elizabeth, (2015) señala; en el país existen comercios que evaden impuestos, muchos de ellos realizan declaraciones tributarias de manera inadecuada siendo sujetos de sanción por parte del Servicio de Rentas Internas. Las reformas tributarias es otro inconveniente, las mismas han generado consecuencias negativas en el sector comercial y mercados mayoristas del país, por falta de conocimiento y socialización de los organismos de control (SRI), provocando incumplimiento de obligaciones por parte de los contribuyentes en cuanto a declaraciones del IVA, Impuesto a la Renta y otras disposiciones.

En el caso del sector comercial el impacto por las reformas tributarias ha ocasionado multas y pérdidas económicas, por ende cierre de diferentes tipos de negocio del sector.

Desde el punto de vista del contribuyente del sector comercial de la línea estratégica víveres del cantón Tulcán, la carga impositiva ocasiona aumento en los precios y por ende afecta de manera directa su presupuesto comercial ya que muchas veces no disponen de liquidez para proveerse de insumos propios Y de igual manera al ser una ciudad de frontera no permite ser competitivos, provocando pérdida de clientes y una baja en el nivel de recaudación del Servicio de Rentas Internas.

Con todo lo indicado anteriormente, el servicio de rentas internas ha presentado y presentará bajas recaudaciones en el sector estratégico víveres de la ciudad, ya que evidencia bajas ventas en el sector del cantón Tulcán y por muchos otros aspectos como el retraso en los impuestos, evasión tributaria y el desconocimiento en las declaraciones.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la relación de la estructura impositiva que ha generado mayor impacto en las ventas en los mercados mayoristas de la cadena estratégica de víveres en el cantón Tulcán?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Según Díaz (2012) indica que “La finalidad de los impuestos es satisfacer necesidades colectivas, es decir se utilizan en obras para el bienestar social, aunque también pueden ser usados con finalidades fiscales, extra fiscales, y mixto, y actúa como receptor de los recursos para posteriormente distribuirlos” (pág. 24).

La presente investigación tiene como propósito realizar un diagnóstico de la estructura impositiva en relación a las ventas de la cadena estratégica víveres del sector mayorista del cantón Tulcán.

El análisis permitirá medir el impacto que tiene la relación de la estructura impositiva en las ventas; se obtendrá información general y específica que permitirá conocer los inconvenientes que se presentan en este sector en relación a los cambios de reformas tributarias, desconocimiento en realizar las declaraciones e identificar soluciones adoptadas por los comerciantes para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Como beneficiarios directos son los contadores, asesores tributarias y consultoras debido a que son los encargados de realizar las declaraciones, mediante su contratación ayudan a estar actualizados a los contribuyentes sobre las obligaciones tributarias que cumplen o infringen, buscando que este sector productivo conozca las leyes de régimen tributario con sus reformas, evitando pagos de multas y sanciones por parte del estado.

Como beneficiario indirecto será el Servicio de Rentas Internas (SRI), porque mejorara la recaudación al disminuir la evasión y aumentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias que permita tomar acciones y correctivos de este importante sector de Tulcán.

Por lo tanto, es importante el desarrollo de esta investigación porque permitirá identificar el porcentaje aproximado de pago de impuestos sobre las ventas, el cumplimiento en las obligaciones tributarias y los efectos económicos que producen la aplicación de los tributos en el sector comercial del Cantón Tulcán.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la relación de la estructura impositiva sobre las ventas de los mercados mayoristas de la cadena estratégica víveres en el Cantón Tulcán.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Sustentar bibliográficamente la investigación en relación a la estructura impositiva de las ventas en los mercados.
- Analizar los resultados obtenidos utilizando software especializado para determinar la incidencia en la estructura impositiva en las ventas de la cadena estratégica de víveres de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán.
- Desarrollar una investigación diagnostica que permita conocer la estructura impositiva en las ventas de la cadena estratégica de víveres del Cantón Tulcán.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el impacto que genera la estructura impositiva en relación a las ventas de los mercados mayoristas del cantón Tulcán en relación a la línea estratégica de víveres?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que motiva a cumplir con las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes mayoristas dedicados al expendio de víveres?
- ¿Los comerciantes de la línea estratégica de víveres, se encuentran actualizados con los cambios o reformas que realiza el SRI en relación a los impuestos?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En esta investigación es esencial recalcar el estudio de las variables que poseen estrecha relación entre si y para enriquecer el estudio de las mismas se visitó varias bibliotecas virtuales, repositorios digitales, artículos científicos y libros de diferentes universidades, en donde se tomó en cuenta como referencia los siguientes aspectos importantes para el análisis y discusión de las variables estructura impositiva y ventas.

En el repositorio digital de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador se encontró una publicación realizada por el Sr. Merino Chávez Hernán Santiago en el año 2013 con el tema “Política tributaria interna, recaudación y presión fiscal”

En los resultados analizados de esta investigación se llegó a la conclusión que existe una baja recaudación del impuesto a la renta, esto se debe en parte al alto nivel de informalidad laboral que hace difícil grabar un numero considerado de potenciales contribuyentes, se deduce que otro inconveniente es un alto índice de evasión tributaria que afecta negativamente la recaudación (Chávez, 2013, p. 35).

Se ha identificado que es un antecedente importante en la presente investigación la cual se relaciona con la política tributaria dado que ayuda a conocer como el sistema tributario posee un trabajo importante porque es la comisionada de determinar cuánto se recauda a nivel nacional sobre los diferentes impuestos de una actividad económica, además identifica reformas, las sanciones implantadas por el incumplimientos de las obligaciones por parte de los contribuyentes y en si conocer la importancia de la composición de la recaudación de impuestos.

En el repositorio digital de la Universidad Técnica Particular de Loja se encontró una publicación realizada por el Sr. Marcelo Eduardo Cabezas Jarrin en el año 2010 con el tema “Análisis de los efectos económicos en los impuestos en el Ecuador”

El documento permitió conocer los aspectos más significativos sobre los impuestos que son el medio mediante el cual se cubren las necesidades financieras del estado (...), pero la escasa recaudación de estos mismos y con las exigencias del gasto por parte de los contribuyentes provoca por tanto pocos recursos disponibles. (Jarrin, 2010, p.59).

Se identificó que es uno de los antecedentes importantes en la presente investigación la cual se relaciona con los efectos económicos nos ayuda a conocer más a fondo la conceptualización de los diferentes impuestos que existen en el Ecuador, y cuáles son las leyes que establecen en el pago de los mismos dependiendo de la actividad económica que realizan los contribuyentes y de allí poder determinar cuáles son los que perjudican sus ingresos y a quienes las leyes imponen las obligaciones tributarias pero estos mismos buscan la manera de omisión y evasión de sus pagos.

En el repositorio digital de la Universidad Técnica Particular de Loja se encontró una publicación realizada por el Sra. Díaz Guzmán Adriana Guisella en el año 2012 con el tema “Análisis de los efectos económicos en los impuestos en el Ecuador”

El presente documento permite conocer que los impuestos más distinguidos por la sociedad y que se recaudan en Ecuador en mayores cantidades son el Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a la Renta, Impuesto a los Consumos Especiales dado que mediante la recaudación de estos constituye un factor importante y necesario para funcionamiento del sistema de un país. (Guzmán, 2012, p.31)

Se ha identificado que es uno de los antecedentes de mayor relevancia en la presente investigación la cual se relaciona con los efectos económicos puesto que no brinda información sobre como los impuestos y sus diferentes reformas han generado impactos negativos por el desconocimiento de los contribuyentes al momento de cumplir con las obligaciones tributarias por el desconocimiento a los cambios que se implementan.

En el repositorio digital de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador se encontró una publicación realizada por Johana Karina Acosta Andrade en el año 2012 con el tema “La regulación tributaria del comercio informal en la actualidad del Ecuador”

Se ha identificado que este trabajo ayuda como un antecedente sustancial en la presente investigación la cual se relaciona con los efectos económicos por el alto crecimiento del sector informal en el Ecuador que no ha sido regularizado por parte de las instituciones encargadas, de esta manera aumentan las evasiones puesto que no estaría efectuando los controles debidos que no permiten lograr una eficiente recaudación tributaria. (Andrade, 2015, p.131)

Esta investigación facilita el surgimiento de las problemáticas por la evasión y omisión del pago de sus impuestos por parte de los sujetos de los sectores económicos del Ecuador, especialmente en el sector informal además por el desconocimiento de las reformas planteadas por la ley Reformativa para la Equidad Tributaria del Ecuador.

En el repositorio digital de la Universidad Andina Simón Bolívar se encontró una publicación realizada por Carmen del Rocío López Martínez en el año 2010 con el tema “Análisis de la incidencia de la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador”

Esta investigación ayuda a conocer como los impuesto han revolucionado con gran capacidad recaudadora, en especial el Impuesto al Valor Agregado pretende gravar el valor de las transacciones jurídicas mediante transacciones de bienes o las prestación de servicios, (...). Se caracteriza por su naturaleza responde al principio de capacidad contributiva. (Martínez, 2010, p.12)

Se ha reconocido que es un trabajo que corresponde a la recaudación de impuestos por lo que su tema nos permite conocer cuál es la relación del Impuesto al Valor Agregado frente a la recaudación tributaria en el Ecuador, identificar las tendencias tributarias en lo que concierne por ser la más representativa a nivel recaudatorio, comparando las recaudaciones generadas en la Comunidad Andina y conocer la verdadera incidencia del impuesto en el ámbito tributario ecuatoriano.

Para el desarrollo de la investigación se tomó de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi la revista Sathiri como guía para el desarrollo del trabajo donde se encontró una publicación con el tema “Impacto de las reformas tributarias en el sector comercial del Cantón Tulcán” realizada por Vela y Mera (2015) Afirman que:

Las reformas tributarias en el Ecuador se han realizado constantemente durante el último gobierno, diez de ellas han sido en los últimos cinco años y cuatro de estas han afectado al sector empresarial, en especial a los contribuyentes de la ciudad de Tulcán, por ello esta investigación se basa en determinar el impacto de dichas reformas, (...) que se encuentra directamente relacionado al cumplimiento de las declaraciones, multas y anticipos, entre todo ello como afectado de una u otra manera a las actividades comerciales. (p.119, 125)

Esta investigación es de gran utilidad porque permite conocer desde un punto más particular como los contribuyentes se miran afectados por el pago de impuestos ya sea por el desconocimiento de las reformas tributarias que traen consigo el pago de multas y sanciones o por el valor que amerita cancelar un impuesto por el desarrollo de la actividad económica.

En el repositorio digital de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi se encontró una publicación realizada por Jennyfer Andrea Piarpuezán Calderón en el año 2013 con el tema “Análisis del carácter impositivo de los tributos y el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes formales de la ciudad de Tulcán.”

Este trabajo permite conocer que en la Provincia del Carchi se registran más de 10051 contribuyentes muchos de ellos aplican evasión a sus impuestos colocando un porcentaje aproximado del 32,63% esta situación que se repite cada año hace que los comerciantes muestren una actitud negativa con sus obligaciones, esto se debe a la falta de difusión adecuada de las leyes tributarias, (...). Los comerciantes de la ciudad de Tulcán aparentemente no cuentan con los conocimientos necesarios para poder declarar como un contribuyente eficiente. (Calderón, 2013, p.6)

Se ha identificado que este trabajo aporta de manera significativa a la investigación porque se relaciona con el carácter impositivo, además ayuda a comprender de manera clara como la economía del cantón se mira afectada por el pago de impuestos y su desconocimiento al realizar las declaraciones, en cuanto al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes de la ciudad de Tulcán.

En el repositorio digital Universidad Mayor de San Simón se encontró una publicación realizada por Claudia Murillo Casanova en el año 2008 con el tema “Efectos de las fluctuaciones y cambios internos de la economía en la estructura tributaria boliviana.”

Este trabajo tiene como referencia cambios internos de la economía se ha determinado interesante por el establecimiento de criterios más usados para evaluar un sistema impositivo es adecuado o no, es establecer si cumple objetivos como lograr un equilibrio entre la recaudación y los recursos necesarios para financiar la inversión pública, reducir las distorsiones de los impuestos y sus impactos negativos sobre el funcionamiento de la economía. (Casanova, 2008, p.3)

Esta investigación nos sirve para conocer como las reformas tributarias y el desconocimiento de cómo realizar sus declaraciones han incidido en los pagos de los impuestos esto trae consigo una deficiente recaudación para financiar los gastos del Estado, además nos permite determinar si las recaudaciones reflejan los cambios de la estructura impositiva.

Se encontró una publicación realizada por David Cardoza y Henry Vargas en el año 2004 con el tema “Incidencia Tributaria del Impuesto sobre las ventas: El Caso de Costa Rica.

Se identificó que es uno de los antecedentes significativos en la presente investigación la cual se relaciona con la incidencia tributaria

Esto conlleva a la relación que hay entre impuestos y la distribución de la renta. Además conocer cuáles son los recursos y las técnicas que se usa para realizar el financiamiento del gasto, según este criterio la carga tributaria debe estar distribuida con igualdad o justicia entre los miembros de la colectividad, de tal manera que un contribuyente pague una parte justa. Para definir esta noción de justicia existen dos enfoques: el principio del beneficio y el principio de la capacidad de pago. (Cardoza y Vargas, 2004, p.457)

2.2. MARCO TEÓRICO

En base al tema a investigar aquí conceptualizaremos algunos parámetros que nos ayudaran a la mejor comprensión de las palabras.

2.2.1. Contribuyente

Zambrano (2011) manifiesta “Persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas” (p.36).

Persona que debe de cumplir con sus obligaciones de acuerdo de la Ley de Régimen Tributario.

2.2.2. Sistema impositivo

Piarpuezán (como se citó en Centro de estudios fiscales, 2013) piensa que el sistema impositivo está conformado por leyes, como de instituciones los cuales son los encargados de la cobranza de los tributos.

“El conjunto de impuestos o tributos exigidos por la ley y administrados por el SRI y otras instituciones de Estado nacionales, provinciales o municipales. Su objetivo es la obtención de ingresos tributarios para financiar el gasto público. El sistema tributario debe ser eficiente y procurar una distribución justa de las cargas tributarias de acuerdo a la capacidad contributiva de los contribuyentes, aplicando en la medida de lo posible el principio de progresividad”. (Centro de estudios fiscales, 2013)

2.2.3. Impuesto

Para el desarrollo del tema de investigar es fundamental definir que es impuesto, dado que “Son los tributos exigidos por el Estado sin que exista una contraprestación inmediata por su pago, y aun así exige su cumplimiento por el simple surgimiento del hecho generador, que devolverá a cambio el Estado a largo” (Cabezas, 2010, p.4). De acuerdo a la opinión de la autora del libro Aspectos tributarios del contrato de seguros Comentarios y normatividad colombiana afirma que:

El impuesto es una prestación tributaria en dinero o especie, con destino al Estado o una comunidad supranacional, como titular del poder de imperio, de naturaleza definitiva, obligatoria, coercitiva y sin contrapartida directa a favor del contribuyente, para el cumplimiento de los fines del Estado o de la comunidad supranacional originada en virtud de la ocurrencia de un hecho generador de la obligación. (Guevara, 2008, p.58).

De acuerdo a la opinión de la autora considera que los impuestos son pagos que una persona realiza sin recibir beneficio alguno al estado para contribuir a las acciones que realiza en diversos ámbitos por mantener una actividad económica.

2.2.4. Características de los impuestos

Díaz (2012) indica que los impuestos deben al menos contener las siguientes características:

- a) La cantidad que constituye una obligación.
- b) Deben ser establecidos por la Ley.
- c) Debe ser proporcional y equitativo.
- d) Que se encuentran en la situación jurídica prevista por la Ley.
- e) Debe destinarse a cubrir el gasto público.

Los impuestos en el Ecuador deben de desempeñar ciertas características para alcanzar con los objetivos que se debe cumplir de acuerdo a las leyes que rige el estado, en función de evitar la evasión de los tributos. (Díaz, 2012, pág. 16).

2.2.5. Valor agregado

De acuerdo Páez (2008) En el libro Mentalidad Empresarial afirma:

El Impuesto al valor agregado es una carga impositiva que pesa sobre un grupo de bienes muebles o servicios (...), de la cadena de producción., este impuesto se refleja en el precio final del producto, el que recae indirectamente al consumidor, además las sanciones de acuerdo a ley, cuando un contribuyente no presenta sus declaraciones dentro de los plazos establecidos, será objeto de sanciones y con el pago de multas e intereses por mora, tomando en cuenta que las multas se generan por falta de presentación de las declaraciones dentro del plazo establecido por el reglamento y las empresas serán sancionadas sin necesidad de resoluciones administrativas con el 3% mensual por retraso.

Los contribuyentes de la cadena estratégica de víveres son los que deben estar actualizados acerca de los impuestos que deben cancelar, debido al porcentaje de las ventas que tiene cada uno, además tomar en cuenta diferentes aspectos como los cambios en las reformas las cuales sin saberlas pueden provocar sanciones y multas que genera perdida para los contribuyentes.

2.2.6. Evasión tributaria

El no cumplir con las leyes pueden ocasionar problemas en los contribuyentes, que genere perdida en sus locales según Castro (2008) “La evasión tributaria es el incumplimiento total o parcial por parte de los contribuyentes en la declaración y pago de sus obligaciones tributarias con el fisco, y como tal es susceptible de recibir las sanciones previstas en la Ley” (pag.47).

Es una actividad que realiza los contribuyentes para evadir pagar un monto tributario de acuerdo a los víveres adquiridos, al aplicar esta evasión se aplica infracciones tributarias que pueden llegar hasta la prisión.

2.2.7. Características

Según Martínez (2010) manifiesta:

- El IVA es un impuesto indirecto
- Es un tributo generalizado en toda la economía
- Es un impuesto real, ya que no tiene en cuenta la realidad o capacidad económica del sujeto pasivo.
- Es un impuesto neutral, puesto que grava las ventas en todas las etapas con una tarifa uniforme
- La característica principal del impuesto al valor agregado (IVA) es que constituye un tributo plurifásico no acumulativo
- El impuesto al valor agregado presenta un efecto de regresividad frente a los ingresos totales, ya que al tener una misma tarifa es mayor grado a pobres que a ricos. (pág.24)

2.2.8. Impuesto a la renta

De acuerdo a Castro (2008) “La ley de régimen tributario interno, en el art. 2 considera renta “los ingresos de fuente ecuatoriano obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios” (pág. 20).

Impuesto que aplica a los contribuyentes de los mercados mayoristas de Cantón Tulcán, el cual es el que grava a la utilidad de las personas o de las empresas.

Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos o rentas, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas y en general actividades económicas y aun sobre ingresos gratuitos, percibidos durante el año, luego de descontar los costos y gastos incurridos para obtener o conservar dichas rentas. (Díaz, 2012, p. 22)

2.2.9. Objetivo del Impuesto a la Renta

De acuerdo a Zambrano (2011) “en los artículos 1 y 2 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, el Impuesto a la Renta grava a las rentas globales que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras”

2.2.10. Impuesto al Valor Agregado

López (como se citó en González, 1993) piensa que el Impuesto al Valor Agregado ha sido definido como un impuesto de gran capacidad recaudatoria, indirecto, fijo, real, neutro, plurifásico, proporcional desde el punto de vista teórico y, considerando que tiene una tarifa única es regresivo, tomando en cuenta que afecta en mayor grado a las personas con baja capacidad contributiva.

Es un tributo indirecto que grava a las ventas y demás transferencias de bienes muebles y a la prestación de algunos servicios. Asume el nombre de “Valor Agregado” porque grava a todas las etapas de comercialización, dando lugar al hecho generador en cada una de ellas. (López, 2010, p.20)

Cuando los locales tienen que cumplir con esta obligación tributaria, se dice que están prestos para cumplir con las obligaciones de acuerdo a la comercialización.

2.2.11. Tributo

Los contribuyentes de los mercados mayoristas deben de cumplir con sus declaraciones tributarias al SRI como López (2010) afirma: "Es una retribución establecida y regulada por Ley o Resolución emitida por el órgano competente. La finalidad básica de los tributos es la de obtener ingresos para financiar las actividades del Estado" (p.14). Cuando se realiza las declaraciones permite que los tributos sean distribuidos para mejoras en las actividades del Estado.

2.2.12. Obligaciones Tributarias

Las obligaciones tributarias se realizan al momento de realizar una actividad como en la presente investigación se relaciona en el sector comercial dirigidos en la línea estratégica víveres.

En materia fiscal se genera en la realización de una actividad económica o creación de una persona jurídica, en el momento de la Inscripción en el Registro Único de Contribuyente, la herramienta denominada vector fiscal (constituye el conjunto de obligaciones tributarias asignadas a cada uno de los contribuyentes atendiendo a sus características en el momento de la inscripción o actualización en la Base del Registro Único de Contribuyentes), determinara la obligación tributaria, dependiendo de la actividad que se realice. Una vez generada la obligación, se crea un vínculo jurídico personal de equidad, entre el Estado y el Contribuyente. (Decimavilla & Ríos, 2017, p. 20-21).

2.2.13. Obligaciones Tributarias de las personas naturales y jurídicas

Afirma (Decimavilla & Ríos, 2017) para cumplir con una obligación tributaria de cualquier empresa o persona que lleve contabilidad debe de obtener el RUC.

2.2.14. Obtener el RUC

El Registro Único de Contribuyente, conocido por sus siglas como RUC, correspondiente a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica dentro de los marcos de la Ley.

2.2.15. Presentar Declaraciones

Las sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del internet en el Sistema de Declaraciones o en ventanillas del Sistema Financiero. Estos deberán efectuarse en forma consolidada independiente del número de establecimientos que tenga:

- **Declaración de (IVA) Impuesto al Valor Agregado**

Se realiza mensualmente en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios periodos se haya registrado venta de bienes o presentación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto.

- **Declaración del Impuesto a la Renta**

La declaración del impuesto a la renta se realiza cada año en el formulario 101.

2.2.16. La venta

Es una actividad con mayor consideración por parte de las empresas u organizaciones por ello se ha centrado algunas definiciones.

La venta es un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero, (...). Considerada como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor puede influir en el comprador. (Thompson, 1999, p.340)

De acuerdo a lo establecido las ventas son transacciones donde se puede ofrecer productos o servicios para generar una utilidad de ello depende el éxito y de cuan rentable implique hacerlo, tomando en cuenta la opinión de Fischer y Espejo (2006) afirma: “La venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia, (...). Es toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio” (p.35).

De acuerdo a la opinión de diferentes autores la venta es una relación y una comunicación continua entre el vendedor y el comprador, por lo tanto es muy importante como acción y efecto de generar riqueza.

2.2.17. Tipos de venta

Hoy en la actualidad muchas empresas pueden optar por realizar diferentes tipos de venta.

2.2.17.1. Venta Personal

Este tipo de venta permite conectarse frente a frente entre el comprador y vendedor Kotler y Armstrong (2003) definen a las ventas personales como “presentación personal que realiza la fuerza de ventas de la empresa con el fin de efectuar una venta y cultivar relaciones con los clientes” (p.285). Por lo tanto la comunicación directa en un intento de ofrecer un bien o servicio es muy indispensable.

2.2.17.2. Venta por teléfono

Este tipo de venta se trata en iniciar el contacto con el cliente potencial por medio de una llamada telefónica y cerrar la venta por el mismo medio. Stanton, Etzel y Walker (2007) afirman que. “Los productos que se pueden comprar sin ser vistos son idóneos para las ventas por teléfono ejemplo de esto son los servicios de suscripciones a revistas, las tarjetas de crédito y las afiliaciones a clubes deportivos” (p.449).

2.2.17.3. Venta Online

Hoy en la actualidad mediante el uso del internet se ha podido poner en redes sociales y sitios web a la venta los productos o servicios de la empresa. Ufg.edu.sv (2011) afirma:

Este método permite a los clientes que se encuentren interesados poder efectuar la compra online pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito, para luego recibir en su correo electrónico la factura, la fecha de entrega y las condiciones en las que recibirá el producto. (p. 59)

Es importante conocer como las categorías de ventas en línea se efectúan por medio imágenes que llaman la atención del cliente dependiendo de los gustos y preferencias.

2.2.17.4. Venta por correo

Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2013) manifiestan: “ el correo es un medio adecuado para la comunicación directa e individualizada, ya que permite una mejor selección del público objetivo. (...) Se ha podido comprobar que el correo es un medio eficaz para promocionar de todo tipo de productos” (p. 506) Este tipo de venta nos permite conocer que el correo es un medio muy utilizado porque con un solo click se puede enviar videos, folletos, catalogos y muestras a los clientes.

2.2.17.5. Venta por Máquinas Automáticas

Este tipo de venta hacen que los productos se vendan por una máquina más no con el contacto personal entre vendedor y comprador. Stanton, Etzel y Walker (2007) afirman que. “Los productos vendidos en máquinas vendedoras automáticas son habitualmente marcas prevendidas, bien conocidas, con una alta tasa de rotación, de alimentos y bebidas” (p. 509)

2.2.18. El proceso de venta

Es una sucesión de pasos que se debe llevar a cabo para poder captar la atención de un cliente llegando al paso final que es la venta efectiva. De acuerdo a Stanton, Etzel y Walker (2007) autores del libro “Fundamentos de Marketing” afirman que “El proceso de venta es una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente” (p.325).

2.2.19. Técnicas de venta

El conocimiento de estas técnicas permite al vendedor lograr ventas efectivas por medio de la persuasión por ello se explica el enfoque de la técnica AIDA:

De acuerdo con Reid (1980) afirma que la Atención del cliente es un efecto para lograr el éxito en la gestión de venta es indispensable la atención al comprador hacia lo que está ofreciendo (...), lo que implica romper una barrera llamada indiferencia (p. 60), mientras que Crear y retener el interés del cliente se lo logra ayudando al cliente a identificar y reconocer que tiene una necesidad haciendo unas cuantas sugerencias tentadoras sobre el producto y por ende Despertar el deseo haciendo que el cliente entienda que logrará la satisfacción de sus necesidades o deseos (...), llegando al Cierre de la venta en ella se produce el resultado que se desea obtener “ El pedido o la orden de compra” . (p.61)

2.2.20. Promoción de ventas

Es una herramienta del marketing que permite que la publicidad de productos de esta manera resultan más efectivas las ventas personales de acuerdo con Stanton, Etzel y Walker (2007) afirma: “ Los medios para estimular la demanda diseñada para completar la publicidad y facilitar las ventas personales” (P,325), otro factor que influye en la promoción de ventas según Kotler y Armstrong (2003) menciona que “Los incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio” (p. 286), sabiendo que la promoción busca lograr una mayor efectivización en las ventas de un producto o servicio mediante incentivos a corto plazo según Romero (2005) indica que: “es un conjunto de ideas, planes y acciones comerciales que refuerzan la venta activa (...), y apoyan el flujo de productos al consumidor” (p.138).

2.2.21. Mercado

Esta palabra abarca diferentes definiciones desde el punto de vista de diferentes autores. Stanton, Etzel y Walker (2007) afirman que: “Las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo” (p.49). De acuerdo a la opinión de los autores del libro 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad afirman que:

El mercado es donde confluye tanto la oferta como la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio. (Bonta & Farber, 2003,P.19)

De acuerdo a la opinión de los diferentes autores consideran que el mercado es muy importante porque es allí donde se encuentran los consumidores potenciales que poseen una necesidad de adquirir un determinado bien o servicio.

2.2.22. Características de los mercados

Las condiciones que deben cumplir el mercado para ser de competencia son:

- a) Las mercancías deben ser homogéneas.
- b) A las nuevas empresas que cuenten con recursos no se impide la entrada en el mercado.
- c) Debe existir plena movilidad de mercancías y factores productivos.
- d) Elevado número de consumidores y productores en el mercado. (Castillo,2014,p.3)

2.2.23. Tipo de mercado

2.2.23.1. Desde el punto de vista geográfico

Las empresas tienen identificado geográficamente su mercado el cual trabaja en función a su localización.

En los mercados internacionales se ubica en uno o más países en el extranjero, el mercado nacional abarca todo el territorio nacional, el mercado regional es una zona geográfica determinada libremente, el Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad, el mercado local se desarrolla en una tienda establecida (...) de un área metropolitana. (Fisher y Espejo, 2011,p 59)

Es muy importante conocer los mercados relacionados a la ubicación geográfica para poder diferenciar la actividad que realizan.

2.2.23.2. Según el tipo de cliente

Se relaciona directamente en base al punto de vista del cliente. “El mercado del consumidor los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, el mercado del productor se (...), se adquiere materias primas para la producción de bienes, el mercado del revendedor se obtiene utilidades al revender bienes” (Fisher y Espejo, 2011,p. 59)

2.2.23.3. Según la competencia establecida

El mercado de competencia perfecta donde los bienes y servicios son todos iguales, el mercado monopolista es aquel en el que solo hay una empresa, el mercado de competencia imperfecta opera entre dos extremos, el mercado monopsonio es cuando los compradores ejercen predominio para regular la demanda (...), logrando que se cambie como resultado de las decisiones que se tomen. (Romero, p,58;59)

2.2.23.4. Según el Tipo de Recurso

De acuerdo con Kotler (2001) define que el mercado de materia prima requiere de ciertos materiales en estado natural para la producción y elaboración de bienes, el mercado de fuerza de trabajo considerado un factor de producción (...), que necesitan contratar empleados técnicos para producir bienes, el mercado de dinero conformado por empresas que necesitan dinero para algún proyecto en particular (...), o para comprar bienes y servicios. (p.11; 12)

Es importante conocer como las empresas u organizaciones e individuos manejan y destinan los bienes y materiales para el desarrollo de una actividad en base al tipo de mercado

2.2.23.5. Según los Grupos de No Clientes

Existe un grupo que abarca de no clientes Según Kloter (2001) manifiesta que. “El mercado de votantes son personas habilitadas para ejercer su derecho democrático al voto, el mercado de donantes proveedores de fondos a entidades sin ánimos de lucro” (p. 13).

2.2.24. Mayorista

De acuerdo a la definición y opinión de algunos autores un mayorista es aquella persona considerada de tal manera por el volumen proporcional de bienes que vende y compra.

De acuerdo a Marketing4food.com (2017) informa que “Mayorista es el intermediario que existe entre el fabricante o el productor y el minorista, este último encargado de vender determinado producto al consumidor final”

Mayorista es un vendedor o distribuidor que se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos (...), componente de la cadena de distribución, en que la empresa o empresario, no se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. (Ecured, 2018)

2.2.25. Características principales de los mayoristas

Un mayorista mantiene una relación directa que une a los creadores de bienes y servicios con consumidores finales por ello se ha identificado las siguientes características.

- Siempre opera en cantidades grandes, tanto en la compra como en la venta.
- Compra dichos volúmenes a productores iniciales o a otros agentes mayoristas.

- Vende a minoristas generalmente, aunque también puede hacerlo a otros mayoristas e incluso productores.
- Por lo general en ningún caso se relaciona con el cliente final.
- Son pilares básicos de cadenas de distribución, pues aportan mayor organización y velocidad de transición. (Economipedia, s.f)

2.2.26. Funciones del comercio Mayorista

Un mayorista debe realizar algunas funciones para ser considerado como tal:

1. Simplifica las relaciones comerciales, reduciendo el número de transacciones que deben realizar los fabricantes u los consumidores.
2. Adecuan la oferta a la demanda, puesto que los mayoristas compran en grandes partidas a los fabricantes.
3. Crean surtido, concentran una oferta completa de productos y un surtido amplio de marcas de la misma clase de producto.
4. Realizan funciones complementarias que aportan valor añadido, como el transporte, almacenamiento, envasado o conservación de los productos.
5. Asumen riesgos, pues al adquirir la propiedad del producto, corren el riesgo de no poder vender o hacerlo a un precio inferior al de la compra. (Ecured,2018,p 2)

2.2.27. Clasificación de empresas mayoristas

Según Economipedia Atendiendo a diferentes criterios es posible distinguir entre diferentes tipos de mayorista:

- Origen y localización.
- Mercados o sectores en los que prestan servicio.
- Si sus agentes clientes son esporádicos o existen una relación en el tiempo o fidelización.
- Modo de venta: si hablamos de a distancia, autoservicio o tradicional

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

El presente trabajo investigativo es cualitativo y cuantitativo debido a las características que poseen las variables en cuanto al impacto generado por los impuestos en relación a las ventas.

3.1.1.1. Cuantitativo

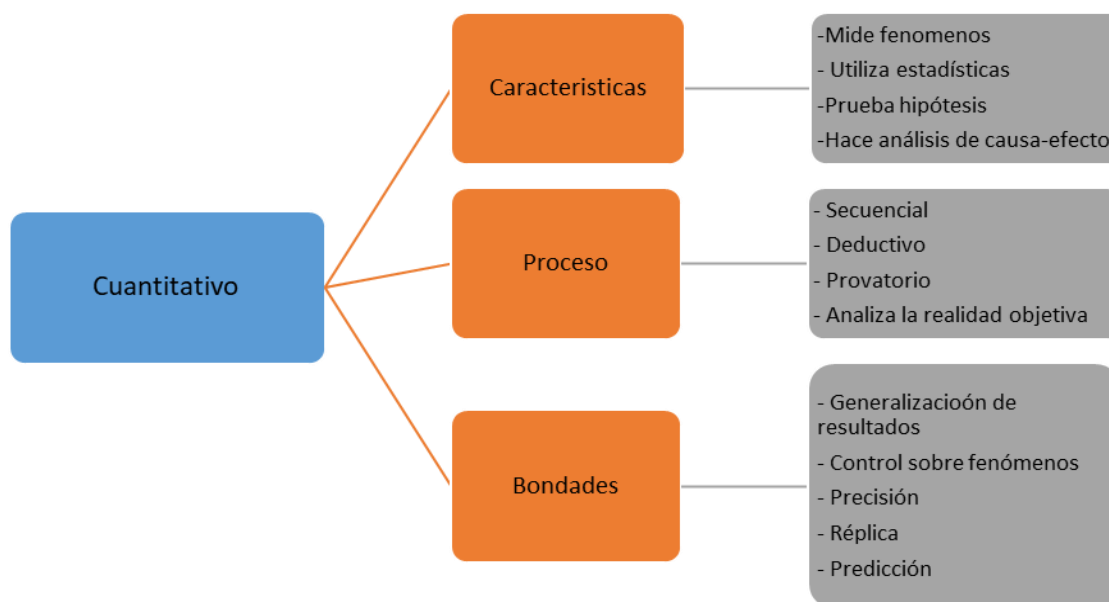


Figura 1: Enfoque de investigación

Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collago y Baptista Lucio, 2010, pág. 45)

“usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010, pág. 45)

El presente método permitió analizar los datos que aborda la tabulación de las preguntas de los formularios que se realizó a los propietarios de los mercados mayoristas del cantón Tulcán, para identificar el impacto de la estructura impositiva en las ventas de la cadena estratégica víveres.

3.1.1.2. Cualitativo

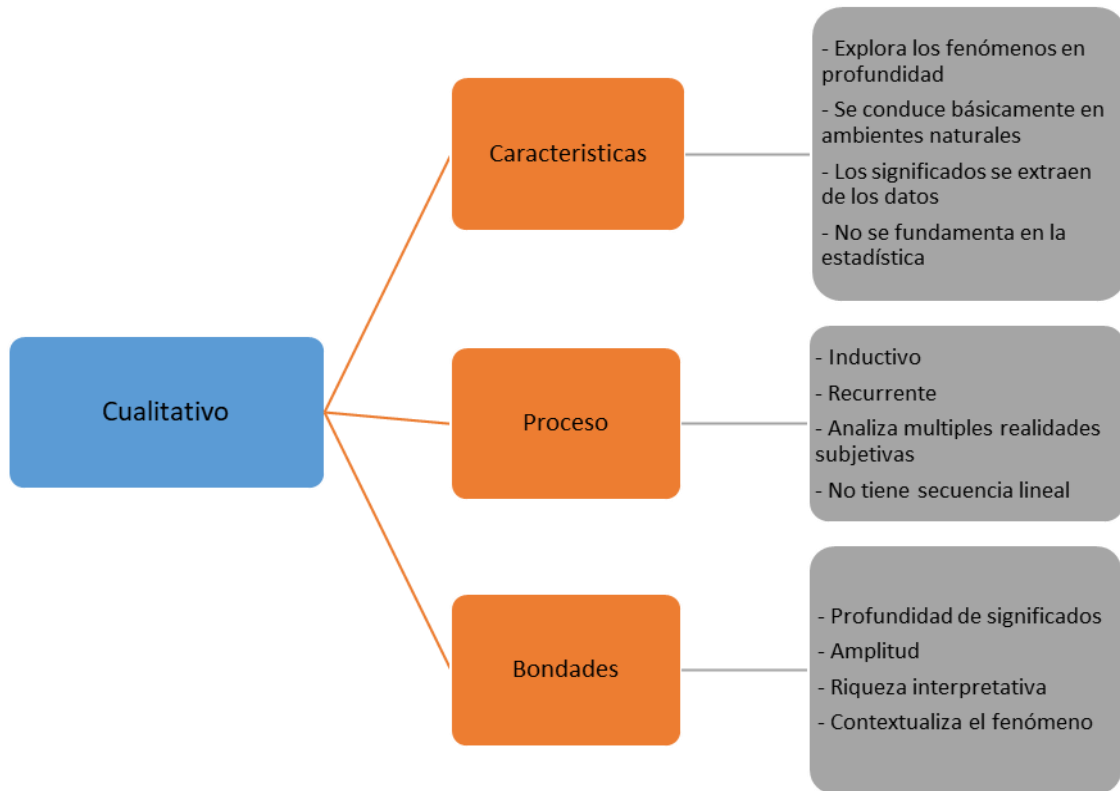


Figura 2 Enfoque de Investigación

Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collago y Baptista Lucio, 2010, pág. 45)

“Las descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010, pág. 45)

Se aplica este enfoque cuando se desarrolla el levantamiento de información en base a las descripciones y las observaciones del problema de investigación, en cuanto a leyes, sanciones y reformas de la relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas en el Cantón Tulcán.

3.1.2. Tipo de Investigación

Para llevar a efecto el proyecto de investigación se utilizó algunos tipos de investigación como es: exploratoria, descriptiva, documental y correlacional.

3.1.2.1. Investigación exploratoria

“ Consiste en proveer una referencia general de la temática (,,). Entre sus propositos se puede citar la posibilidad de formular el problema de investigación para extraer datos y terminos que permitan generar las preguntas necesarias” (lifeder.com, s.f.). Se aplicó esta investigación porque se relaciona con el estudio de nuestro problema el cual no ha sido investigado anteriormente en el Cantón Tulcán, con el fin de conocer sobre la estructura impositiva de las ventas y así comprobar la hipótesis.

3.1.2.2. Investigación Descriptiva

“Se utiliza para describir la realidad de las situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que este abordando y que se pretendan analizar “(Universia, 2017). Se aplica esta investigación porque describe una situación real que presenta los datos obtenidos sobre los mercados mayoristas del Cantón Tulcán, de manera que permita describir los problemas y nos ayudará a simplificar los datos recolectados.

3.1.2.3. Investigación Documental

“Puede definirse como una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas usando para ellos diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta presenta datos e información sobre un tema determinado” (Martínez, 2002, p.25). Se utilizó para recolectar información y guía en documentos existentes indagando acerca del tema a investigar, para argumentar la fundamentación científica, filosófica y legal con criterios y análisis de lo recopilado acerca de la estructura impositiva de las ventas en los mercados mayoristas del Cantón Tulcán.

3.2.2.4. Investigación correlacional

“Este tipo de investigación está indicada para determinar el grado de relación y semejanza que puede existir entre dos o más variables, es decir, entre características o conceptos de un fenómeno” (Inter, s.f.) Se utilizó esta investigación porque ayudo a medir los impactos acerca de la relación de las variables, de esta forma se determinó la manera cómo puede afectar una variable a la otra.

3.2. HIPÓTESIS

¿La estructura impositiva de tributos genera un impacto negativo en las ventas de la cadena estratégica de víveres del Cantón Tulcán?

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

3.3.1.1. Variable independiente

Estructura impositiva

Definición: “Cantidad que un contribuyente debe desembolsar para determinar y liquidar un impuesto, denominación aplicada al sistema impositivo o de recaudación de un país, consiste en la fijación, cobro y administración de los impuestos y derechos internos” (Vizcaíno, 1999)

3.3.1.2. Variable dependiente

Ventas

Definición: “Es una función que forma parte del proceso de la mercadotecnia, como una actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio, donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores” (Fischer, Espejo, & Hill, 2016)

Tabla 1: Operacionalización de variables

Objetivo General	Variable	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informantes	
Analizar la relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán.	V.I.Estructura impositiva	Conjunto de impuestos generados por el estado los cuales deben ser cancelados por los empresarios.	Nivel de conocimiento e influencia de impuestos	Monto de recaudación por diferente tipo de impuesto	Qué tipo de impuestos declara en el Servicio de Rentas Interna (SRI):	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
				Nivel de contribución de obligaciones tributarias	Elija de acuerdo al nivel de satisfacción de satisfacción que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias.	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
				Nivel de conocimiento de obligaciones tributarias	Ud. tiene conocimiento de los derechos y obligaciones como contribuyente?	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
			Obligaciones Tributarias	Forma de declaración de tributos	La manera como realiza sus declaraciones es:	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
					si sus impuestos son declarados por un contador, los resultados obtenidos han sido	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
				Nivel de conocimiento de obligaciones tributarias	La persona encargada de realizar las declaraciones tributarias se encuentra pendiente de los cambios o reformas que realiza el SRI en relación de los impuestos.	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
				Incertidumbre y pertinencia	Nivel de incertidumbre en el pago de impuestos	Cree usted que el pago de impuestos ha generado inconvenientes para la inversión en el comercio mayorista.	Encuesta	Cuestionario	Mayorista
						Ha tenido inconvenientes en retrasos en el pago de los impuestos	Encuesta	Cuestionario	Mayorista
					Nivel de compras	En los impuestos que usted paga cual ha sido el que afectado su nivel de compras	Encuesta	Cuestionario	Mayorista
				Exigencia	Nivel de cumplimiento	Cree usted que la forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos por parte de la institución encargada SRI (Servicio de Rentas Internas) es acorde a la realidad del lugar donde el contribuyente realiza la actividad	Encuesta	Cuestionario	Mayorista
			tarifas de impuestos	Valor al pago de impuestos	Cuál ha sido el valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
					Cuales ha sido el valor del pago de impuesto al valor agregado de los últimos 5 años	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	

				Cuál sería la condición ideal de los impuestos que le permita a la empresa seguir creciendo o mantenerse en el mercado	Entrevista	Grabadora de Voz	SRI	
		Conocimiento en el pago de impuestos	Nivel de conocimiento de pago de impuestos	Cree que la estructura impositiva pertenece a la realidad de los comerciantes	Entrevista	Grabadora de Voz	Consultora	
				cuáles son las fallas del sistema que habría que mejorar para el conocimiento de las reformas acerca del SRI	Entrevista	Grabadora de Voz	Consultora	
	V.D Ventas							
	Es la cantidad de unidades que la empresa es capaz de vender en un tiempo determinado.	Valor de pago de impuesto en las ventas	Nivel en el volumen de ventas	El valor de sus ventas en los últimos 5 años ha sido mayor al de sus compras	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
				Marque con una x ¿Cuál ha sido su volumen de ventas en los últimos 5 años?	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
			Nivel de comportamiento en las ventas.	Piensa que el valor de sus ventas se ven afectadas por el pago de impuestos	Encuesta	Cuestionario	Mayorista	
		comportamiento y volumen de ventas	Porcentaje y total de pago de impuestos en las ventas		Del total de sus ventas ud destina un cierto porcentaje para el pago de sus impuestos	Encuesta	Cuestionario	Mayorista
					Cree usted que el pago de los impuestos en los productos que distribuye afecta directamente a las ventas debido a la cercanía con Colombia	Entrevista	Grabadora de voz	Mayorista

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos

Método Deductivo

“El método deductivo es un proceso que parte de un principio general ya conocido por inferir de él, consecuencias particulares” (Gutiérrez, 2006). Se utilizó al momento del inicio de presentaciones generales sobre la relación de estructura impositiva en las ventas de los mayoristas de Cantón Tulcán, mediante la información recopilada, las fuentes teóricas para lograr realizar el marco teórico, además este método se aplicó para determinar el grado de satisfacción de los contribuyentes al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias.

Método inductivo

Para la investigación se utilizó el método inductivo “Explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas. Van de lo particular a lo general (...), el entrevistador entre- vista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca alguna conclusión” (Hernández Sampieri, Fernández Collago, & Baptista Lucio, 2010, p.9) se utilizó este método al momento de analizar los datos obtenidos en el diagnóstico para llegar a la relación de la estructura impositiva en las ventas, al mismo tiempo cuando se realizó la indagación de información a los 40 contribuyentes de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán, lo cual nos manifestaron diferentes opiniones con la ayuda para realizar los resultados de la investigación y mediante las entrevistas realizadas a tres consultoras tributarias se logró interpretar los datos obtenidos para las conclusiones del tema.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

De la información que se obtuvo en las encuestas se trasladó al programa SPSS donde se pudo obtener información ordenada y de esta manera poder tabular y realizar una presentación en tablas y gráficos que facilite el análisis y la interpretación de resultados que se necesita para comprobar la hipótesis planteada, en base a los indicadores y variables.

Por otro lado la información que se obtuvo de las entrevistas se destacó los más esencial e importante de cada una de ellas.

Y además para poder realizar un análisis minucioso se utilizó el método matemático de los mínimos cuadrados donde permite hacer una comparación tomando en cuanto cual ha sido el impacto entre los impuestos y las ventas de los últimos 3 años de los mayoristas de la cadena estratégica víveres del cantón Tulcán.

El propósito de esta investigación es conocer cuál ha sido el impacto que ha generado la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas de la cadena estratégica del cantón Tulcán con la finalidad de determinar tanto aspectos positivos como negativos al momento de cumplir con sus obligaciones tributarios por parte de los contribuyentes.

Para realizar el análisis estadístico se utilizó diversas técnicas para la recolección de la información que permita determinar el impacto generado entre el pago de impuestos y las ventas realizadas

- La encuesta que permitió el levantamiento de información cualitativa y cuantitativa, fue elaborada con una serie de preguntas que contienen los ámbitos necesarios para realizar el diagnóstico a comerciantes mayoristas de la cadena estratégica víveres del cantón Tulcán.
- Entrevista dirigida en función al tema a investigar a comerciantes y consultoras sobre la perspectiva de pago de impuestos al estado.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procedió al análisis y diagnóstico de los mismos

Encuesta realizada a los propietarios mayoristas de la cadena estratégica víveres

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad conocer cuál es el impacto que generan los impuestos en relación a las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán.

FORMULARIO IV- 01

1. Género del encuestado

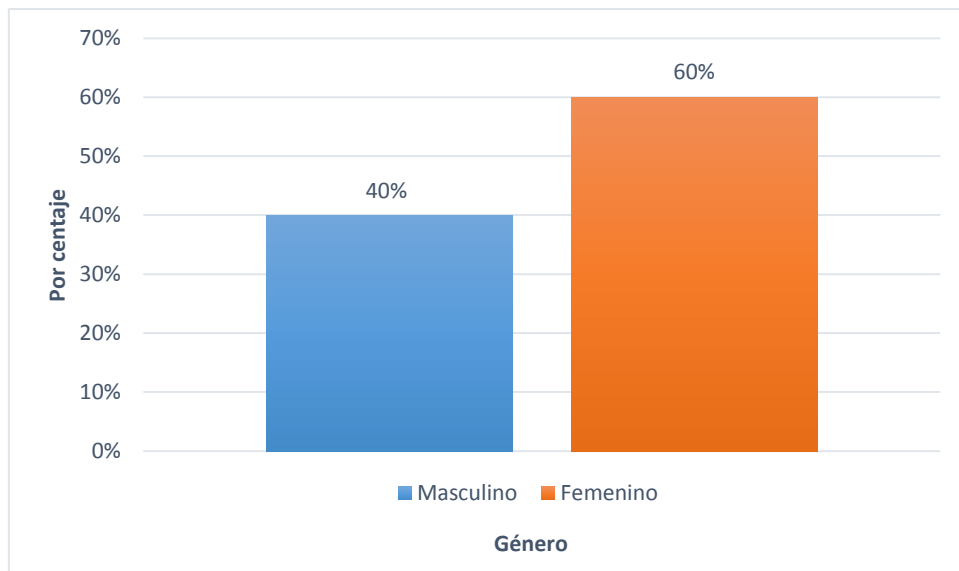


Figura 3: Género

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Para la investigación se tomó el censo económico de 40 mercados mayoristas del Cantón Tulcán, dirigidos a la cadena estratégica víveres, como la figura indica posee una mayor parte de las personas encuestadas de género femenino, cabe mencionar que estos resultados se ven reflejados porque estaban presentes dueñas o esposas de los propietarios siendo de esta manera un nivel más alto al del género masculino, mientras que en el género LGTB es nulo.

2. Edad del encuestado

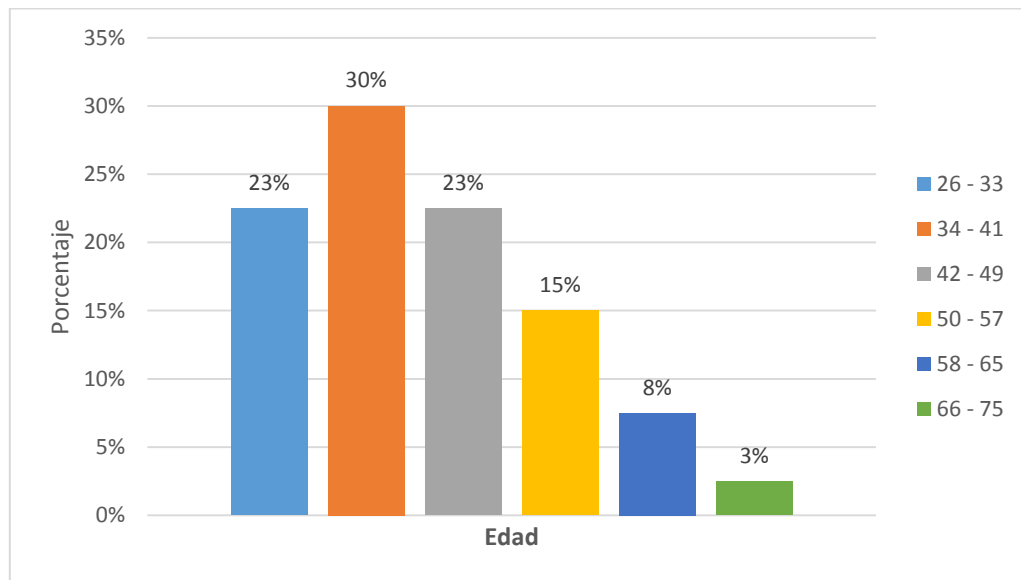


Figura 4: Edad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Referente a la edad se observa un alto nivel de propietarios que se encuentran en el rango de edad entre 31 a 41 años seguido de 42 a 49 años y con el mismo porcentaje entre 26 a 33 años. A diferencia del porcentaje que es muy reducido de los usuarios que tienen entre 66 a 75 años.

3. Nivel de educación del encuestado

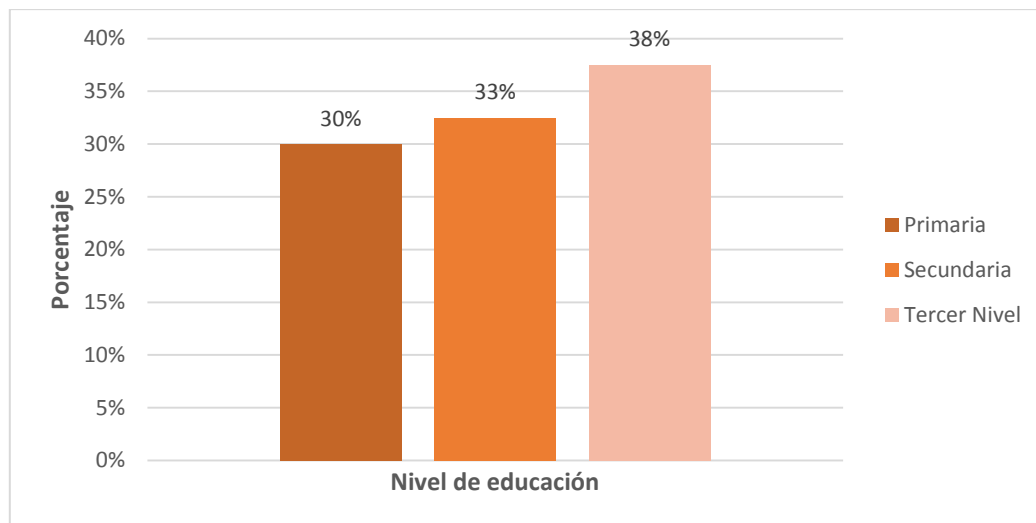


Figura 5: Nivel de educación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La gráfica muestra que existe un grupo significativo de comerciantes mayoristas que poseen un nivel de educación de tercer nivel, lo cual quiere decir que la preparación académica no tiene como efecto el saber o no los cambio de las reformas o de la manera como realizar el procesos de sus declaraciones es por ello que tienen la necesidad de contratar a contadores con el fin de cumplir correctamente con sus obligaciones tributarias sin tener que pagar sanciones, como multas e intereses

4. Tipo de impuestos que declara en Servicio de Rentas Internas (SRI)

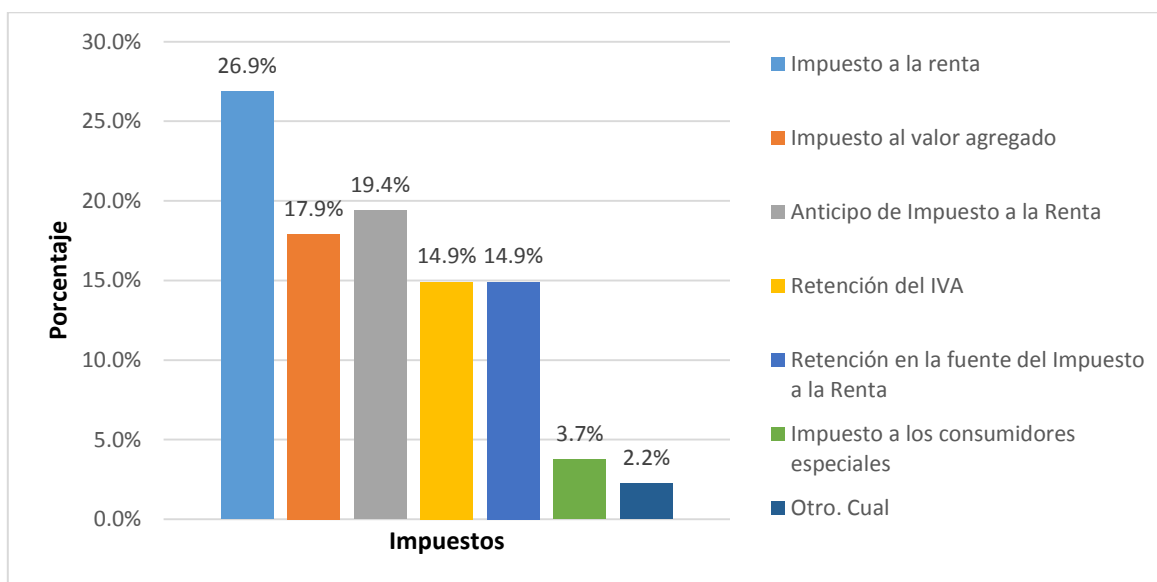


Figura 6: Tipo de impuesto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La mayoría de comerciantes de la cadena víveres del Cantón Tulcán realiza las declaraciones del impuesto a la renta, seguido del anticipo y el impuesto al valor agregado que son los que se representan con un mayor porcentaje, seguido de la retención del IVA, retención en la fuente del impuesto a la renta e impuestos a los consumos especiales que lo pagan pocos contribuyentes por la actividad misma que realizan, pero no quiere decir que son menos importantes.

5. Rango que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias

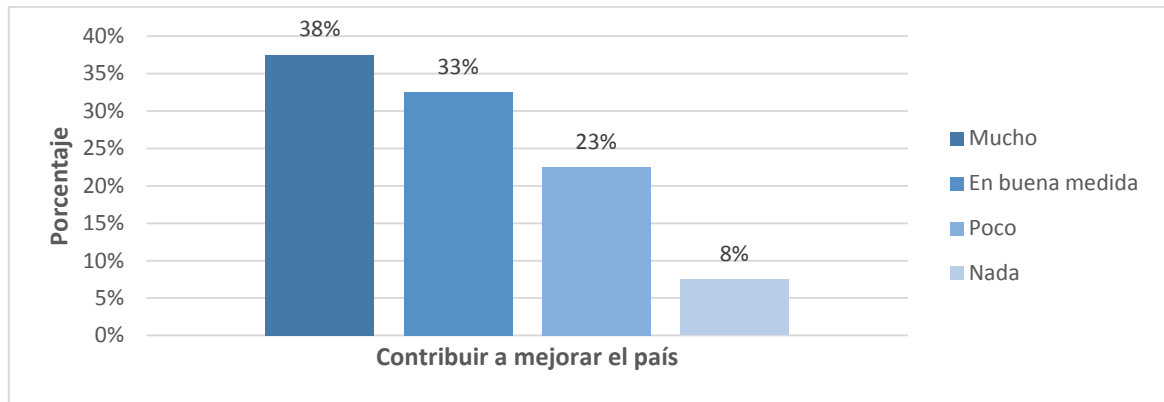


Figura 7: Contribuir a mejorar el país

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

De acuerdo a la información obtenida y al nivel de satisfacción el cual le motiva a cumplir con sus obligaciones tributarias se pudo identificar un elevado porcentaje de los contribuyentes de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán que tienen una actitud positiva porque piensan que con el pago de sus impuestos pueden contribuir en gran medida a mejorar el país, esto es satisfactorio porque ellos confían en el estado ecuatoriano y la distribución y financiación del gasto público. En cambio hay un mínimo porcentaje que piensa que no contribuye en nada al país el pago de sus impuestos al contrario sienten una disminución de su utilidad y una pérdida de su poder adquisitivo.

6. Rango que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias

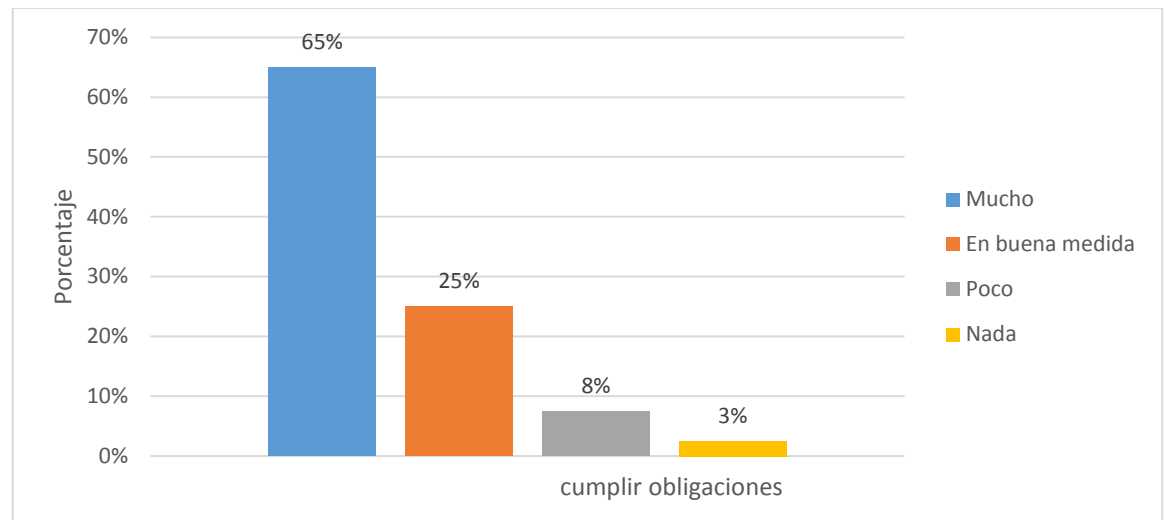


Figura 8: Cumplir obligaciones como ciudadano

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En el análisis del siguiente gráfico se puede evidenciar claramente un nivel de satisfacción de los contribuyentes el cual le motiva a cumplir con sus obligaciones tributarias y se enmarca un porcentaje superior a la mitad de los contribuyentes que se sienten motivados de una forma positiva en el momento del pago de sus obligaciones tributarias y así de igual manera se fortalece la Cultura Tributaria (entendida ésta como el conjunto de valores, y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento de los deberes fiscales) ya que sienten una satisfacción al poder cumplir con su deber como contribuyente, además estas decisiones de cumplimiento están orientadas a generar un cambio de carácter social y mejorar su calidad como ciudadanos ecuatorianos.

7. Rango que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias

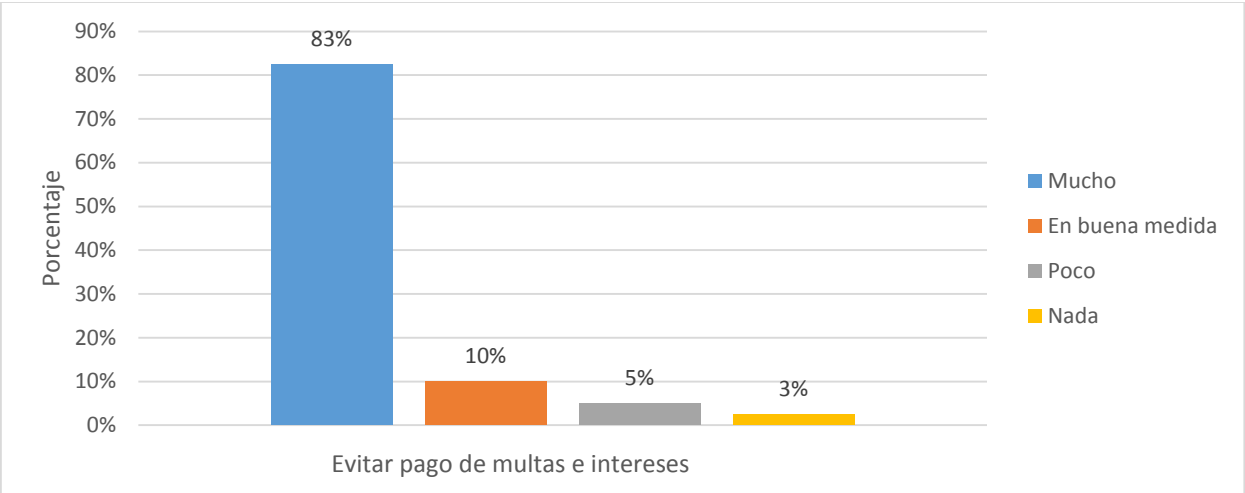


Figura 9: Para evitar pago de multas e intereses
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La gráfica demuestran que un elevado porcentaje de contribuyentes realiza el pago de sus declaraciones en su mayoría gracias a la cultura tributaria y el compromiso, los cuales se articulan en torno a la razón como móvil deseable fundamental de la acción de tributar con la institución o con el estado, además con estos datos se concluye que los contribuyentes no se retrasan en el pago de sus impuestos, pero de igual manera existe un pequeño segmento que aún se retrasan en sus obligaciones tributarias pero en la cuales se está generando conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad.

8. Rango que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias

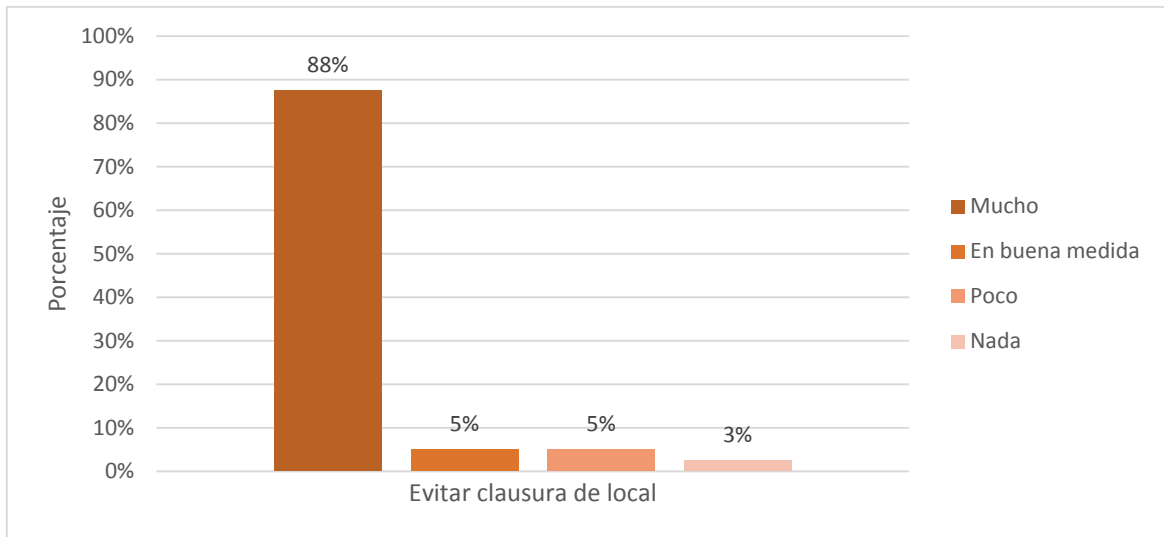


Figura 10: Evitar clausura de local

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En base a la información obtenida de acuerdo al nivel de satisfacción que motiva cumplir con las obligaciones tributarias, el 88% realiza sus pagos de impuestos para evitar que su negocio sea clausurado, siendo de esta manera un factor que independientemente de la voluntad de su pago o no, hagan que el contribuyente cumpla con sus obligaciones tributarias.

9. Rango que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias

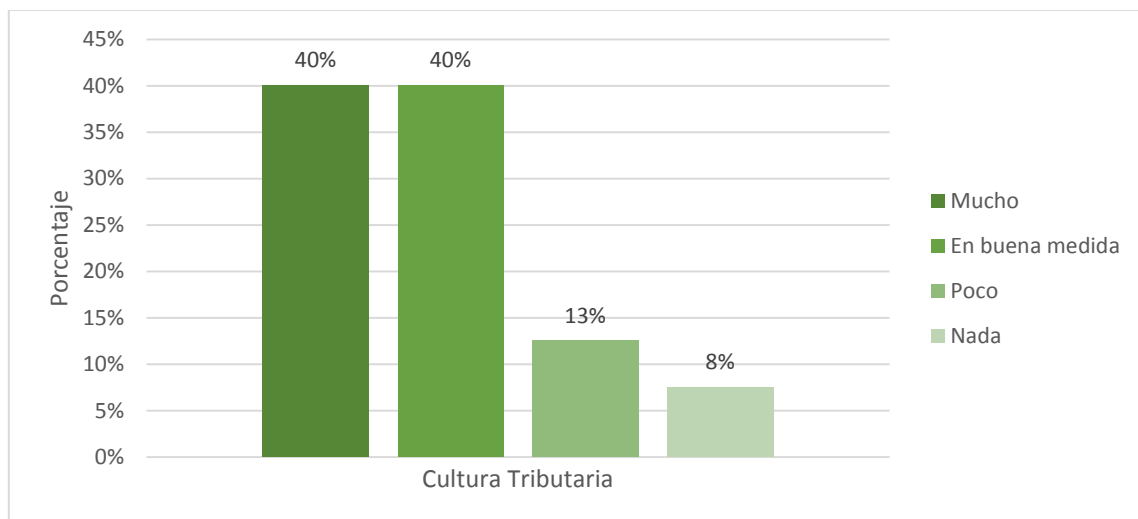


Figura 11: Por cultura tributaria

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Los datos muestran que más de la mitad de los contribuyentes cumplen con sus obligaciones, porque sienten un compromiso con el estado con su cumplimiento permanente de los deberes impositivos se mira la confianza y la afirmación de los valores éticos personales, el respeto a la ley, la responsabilidad como ciudadano siendo esto una cultura tributaria que posee el contribuyente sabiendo que la recaudación de estos mismos podrán satisfacer las exigencias de la colectividad y fortalecer el sistema tributario.

10. Conocimiento de derechos y obligaciones como contribuyente

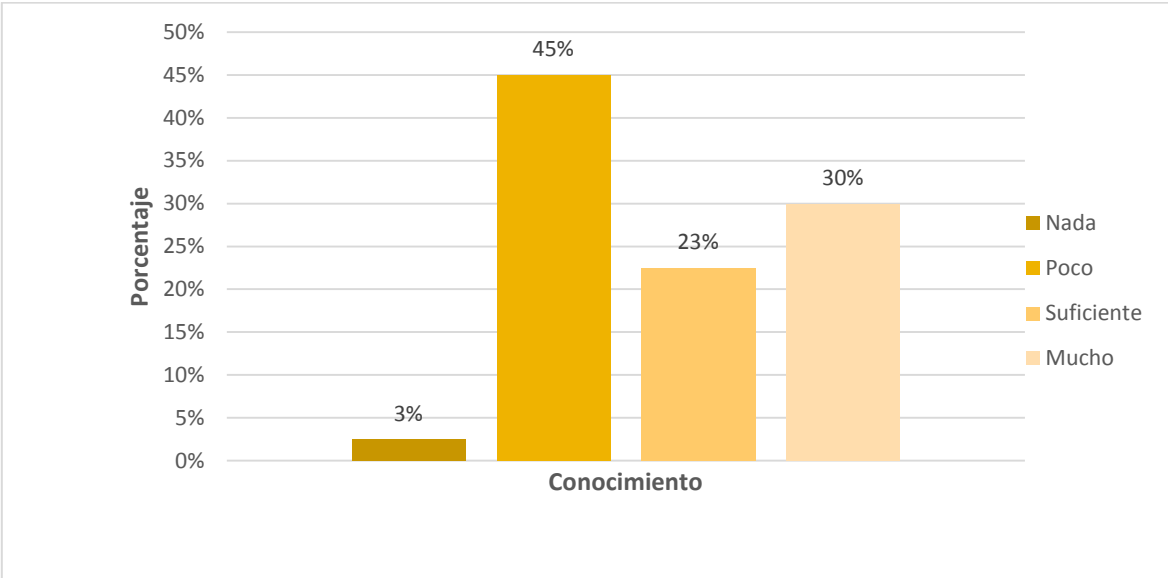


Figura 12: Conocimiento de derechos y obligaciones
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La gráfica permite corroborar que las respuestas de los usuarios no son las mismas ya que las personas no tenemos el mismo criterio de acuerdo a la edad de los encuestados, lo cual se obtuvo como resultado que la mayoría de los contribuyentes de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán tienen poco conocimiento, es decir no tienen mucho conocimiento ante sus derechos y obligaciones al realizar sus declaraciones tributarias. En cambio, hay un mínimo porcentaje de los contribuyentes que no tiene nada de conocimiento, puesto que en la actualidad es necesario estar actualizados ante todos los cambios y leyes que rigen el estado, además los contribuyentes deben de investigar antes de poner un local saber acerca de sus obligaciones.

11. Manera de realizar declaraciones de impuestos

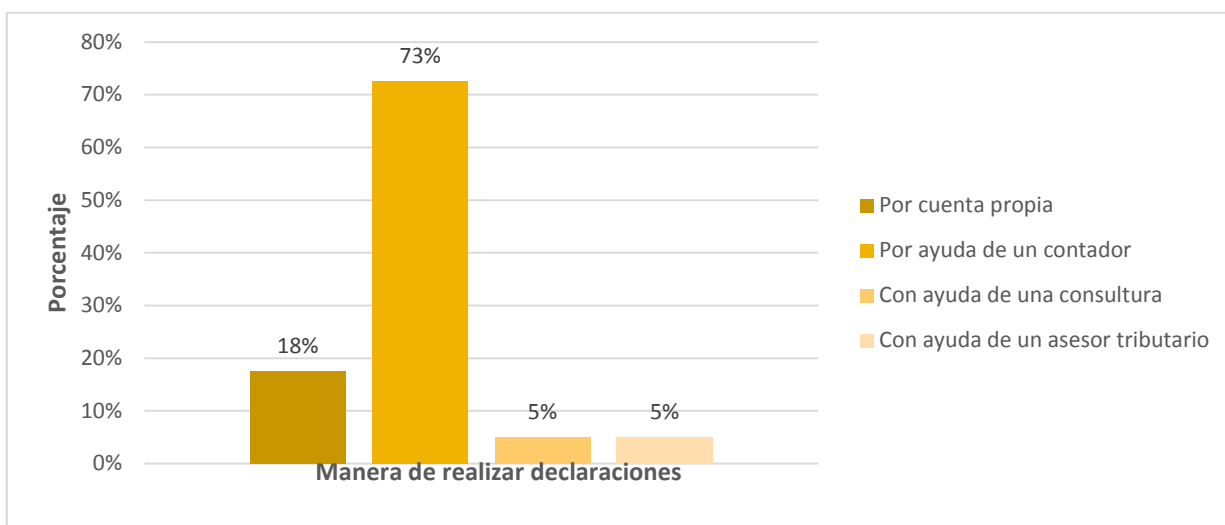


Figura 13: Manera de realizar declaraciones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En lo que respecta a la figura 13, se determinó cual es la manera más apropiada e importante para que los contribuyentes toman en cuenta la mejor opción al realizar sus declaraciones en base al Cantón Tulcán, dado como resultado un alto nivel de porcentaje por medio de ayuda de un contador, siendo de esta manera el medio donde todos los contribuyentes ven la necesidad de requerir a un contador debido que ellos se encuentran en continua actualización y cambios que presenta las reformas en base a los impuestos. De acuerdo a las respuestas obtenidas se ha identificado que la edad también influye en su opinión porque las personas con más edad toman esta solución de contratar a un contador, en cambio las personas más jóvenes realizan sus declaraciones por cuenta propia siendo el siguiente porcentaje de la manera como realiza sus declaraciones de los impuestos. De igual manera se identificó un mínimo porcentaje de 5% respecto a otras opciones donde los contribuyentes no cuentan con la contratación de las consultoras y asesores tributarios debido que tienen un grado de similitud al contador y es el motivo que ellos tienden a contratar al contador, además se sienten con mayor confianza en realizar sus declaraciones con su contador propio.

12. Resultados obtenidos por la declaración de impuestos.

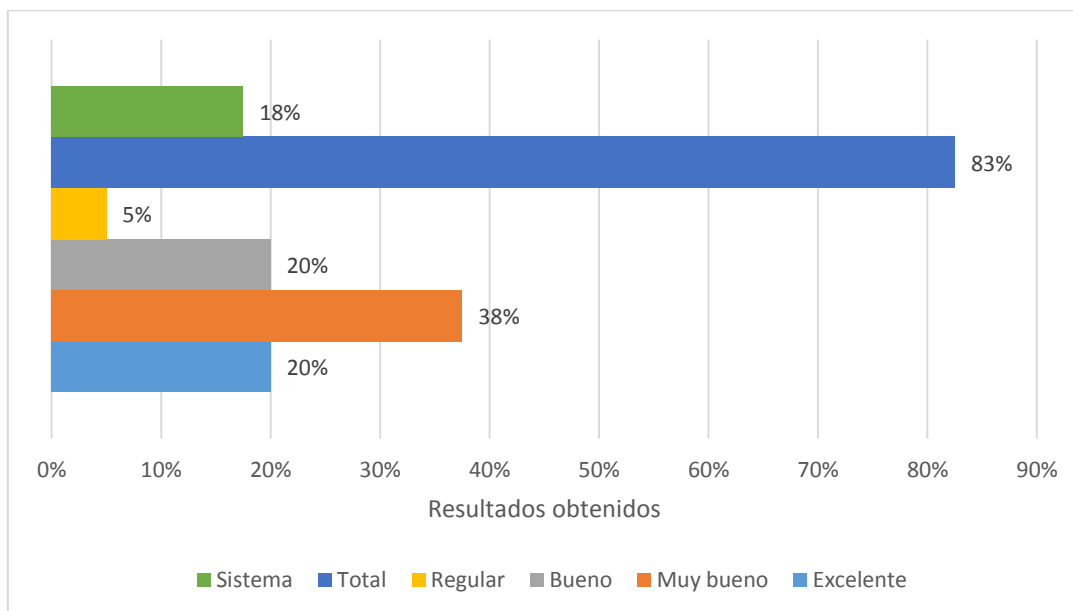


Figura 14: Resultados obtenidos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

De acuerdo a la opinión de los ciudadanos encuestados, sobre qué mecanismos utilizan para realizar sus declaraciones la mayoría manifestó que efectúa la contratación de un contador debido al mayor conocimiento que poseen sobre declaraciones, los resultados que proporciona dicha persona capacitada en la rama de los tributos para realizar correctamente sus declaraciones de los impuestos, se obtuvo como resultado, un elevado porcentaje de satisfacción sobre el trabajo realizado por los contadores, por otro lado existen otras opiniones con un menor porcentaje pero no menos importante que piensan que el trabajo realizado por los contadores es regular, debido que existen casos que al no tener un contador que no esté preparado para realizar bien su trabajo le han suscitado hechos de pérdidas en sus utilidades, por ello deben mantenerse en constante actualización acerca de los cambios para de esta manera no ser multados y no tener que pagar más de lo debido.

13. Cambios y reformas que realiza el SRI en relación de los impuestos

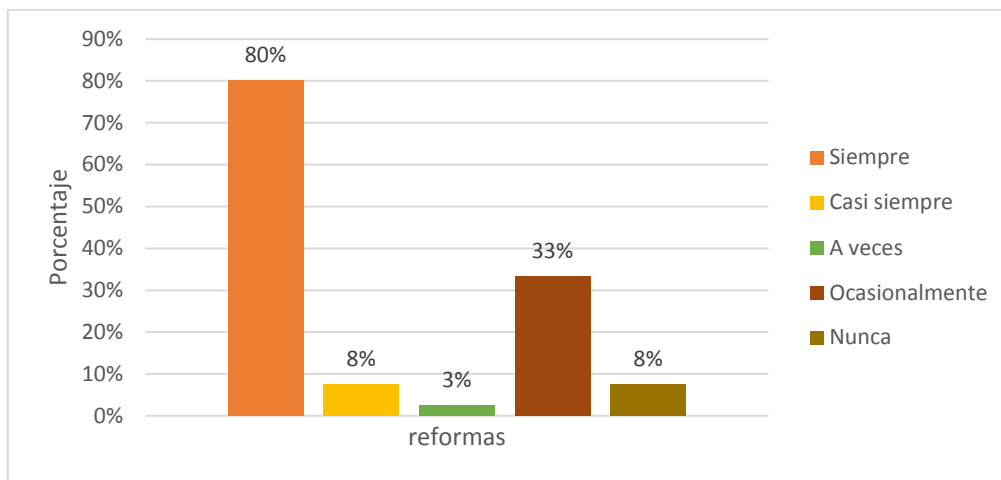


Figura 15: cambios o reformas que realiza el SRI en relación de los impuestos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La gráfica indica que las personas encargadas de realizar sus declaraciones tributarias siempre se encuentran en constante actualización, debido a que es necesario; porque existen muchos cambios en las reformas de la ley, por el motivo que deben estar pendientes y también asistir a capacitaciones por cuenta propia para tener mayor conocimiento sobre las declaraciones tributarias, y no defraudar a su cliente puesto que existe mucha competencia, es por eso que debe realizar su trabajo de la mejor manera sin tener inconvenientes al realizar sus declaraciones, por ende la persona debe de tener contento a su cliente sin hacerle pagar más solo lo justo.

14. El pago de impuesto genera inconvenientes para la inversión.

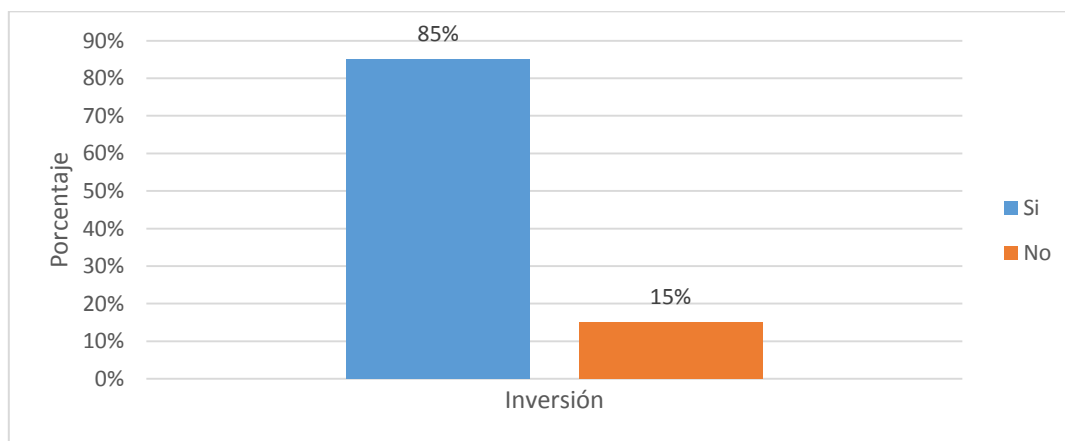


Figura 16: El pago de impuestos ha generado inconvenientes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

los contribuyentes encuestados manifiestan un mayor porcentaje en la respuesta si, dado que existen muchos motivos que afectan en la inversión en el comercio mayorista, motivo de ser zona frontera, donde las personas no adquieren sus productos en el Cantón Tulcán ocasionando pérdidas en sus negocios ya que los clientes prefieren comprar en la ciudad de Ipiales porque encuentra mayor cantidad de productos, además el pago de los impuestos afecta en las utilidades de los comerciantes puesto que no tienen muchas ventas, en sí afecta de una manera muy significativa y de esta manera afecta a los consumidores finales por tener un precio más elevado que en el vecino país, surgiendo el comienzo de una competencia de acuerdo a los precios, esto significa que existen productos que tienen el mismo precio o hay ocasiones que tienden a tener un precio más bajo, lo que ocasiona un malestar para los contribuyentes porque de igual manera deben de cumplir con sus obligaciones y pagar con los impuestos, cuando lo ideal sería de acuerdo a sus ventas pagar los impuestos que debe cumplir un porcentaje mínimo en contribuyentes que no tiene muchas ventas. A diferencia de los contribuyentes que su respuesta fue no, es un porcentaje mínimo el cual a estos contribuyentes no se ven afectados, tomando en cuenta que ellos tienen un alto nivel de ventas.

15. Inconvenientes en el retraso del pago de impuestos

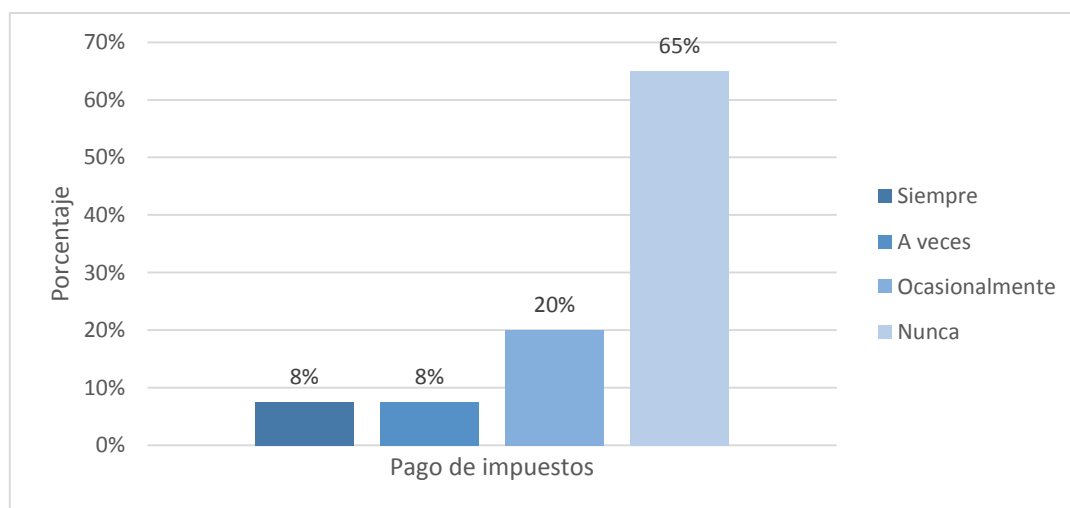


Figura 17: Ha tenido inconvenientes en retrasos en el pago de los impuestos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Los contribuyentes de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán consideran un alto porcentaje de nunca tener inconvenientes en retrasos en el pago de los impuesto, puesto que hoy en día todas las personas en especial los comerciantes de la cadena estratégica víveres se encuentran actualizados de los cambios de la reformas y leyes para no tener ningún problema de multas, además las personas encuestadas manifiestan que si tienen alguna inquietud, preguntan o salen de dudas con la persona que le lleva los impuestos, a diferencia de la opción de siempre que tiene un nivel muy bajo, ya que se debe mencionar que los contribuyentes si conocen lo básico para no pagar multas ni intereses que cobra el SRI.

16. Que impuesto afecta su nivel de compras

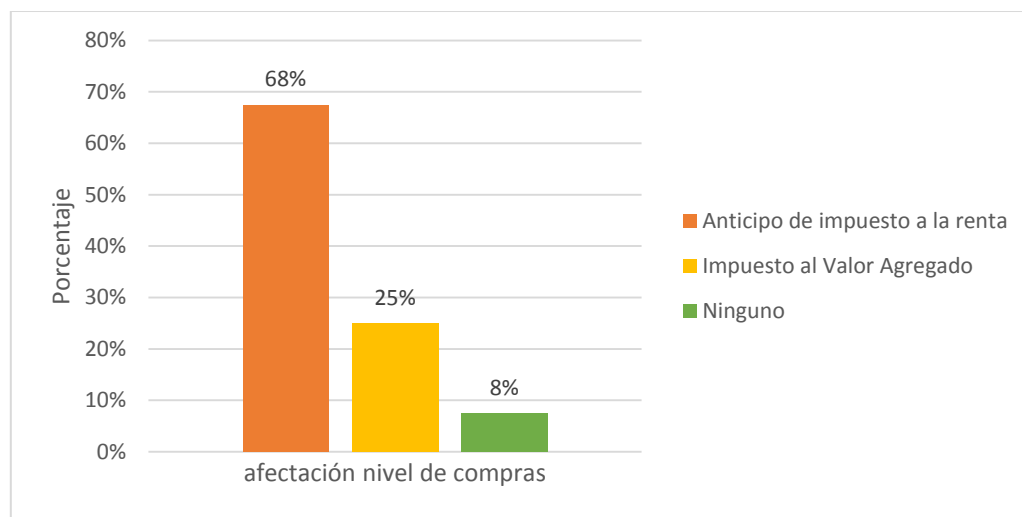


Figura 18: En los impuestos que usted paga cuál ha sido el que afecto su nivel de compras

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

De acuerdo a los datos obtenidos el impuesto que genera un gran impacto es el anticipo de impuesto a la renta por cuanto los comerciantes pueden generar en sus negocios ganancia o pérdida que se desarrolla en un año, puesto que este valor se lo cobra en base a una ganancia que aún es incierta sin embargo el SRI realiza los cobros sin medir aun la situación económica y eso genera una reducción en la liquidez , pues los impuestos afectan directamente a los comerciantes en especial a los que venden la línea estratégica de vivieres,generando actualmente pérdidas o cierre de negocios, lo que provoca menos ingresos, menos trabajo y menor calidad de vida en todos los ecuatorianos

17. Forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos.

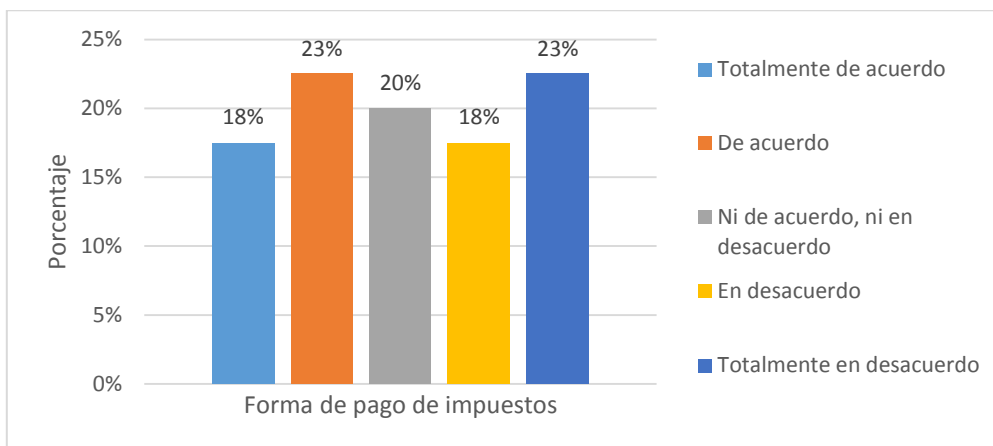


Figura 19: Forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Los resultados obtenidos en la figura 19 se demuestran que existen opiniones divididas donde un 23% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo en la forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos por parte de la institución encargada SRI mientras que un 18% de los contribuyentes reaccionan negativamente dado que se encuentra totalmente en desacuerdo ante la imposición tributaria ya que muchas veces se exige por medio de amenazas y sanciones en lugar de generar una motivación para el cumplimiento voluntario.

18. Valor del pago de Impuesto a la Renta de los últimos 5 años

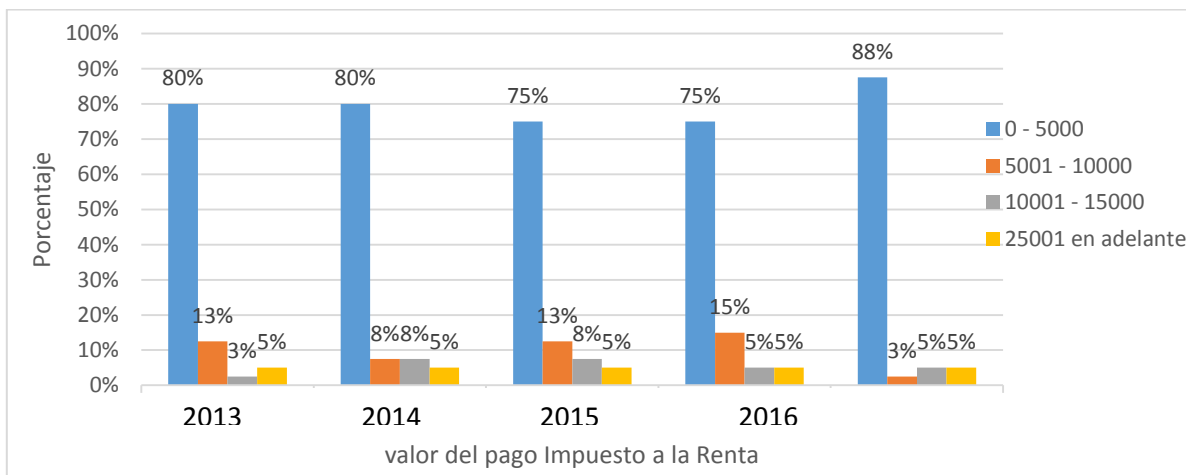


Figura 20: valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La gráfica 20 permite evidenciar que el valor en el pago del Impuesto a la renta de los últimos 5 años de acuerdo a su nivel de ingresos por parte de los mayoristas de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán no es tan alta como se lo esperaba siendo un rango aproximado de (0 a 5000) dólares que la mayoría de contribuyentes pago desde el año 2013 al 2017 esto aludiendo de acuerdo al volumen de sus ventas de los respectivos años. Se puede decir que en un porcentaje pequeño otros contribuyentes pagan un valor aproximado de (25001 en adelante) que de igual manera corresponde a su nivel de ingresos.

19. Valor del pago de IVA en los últimos 5 años

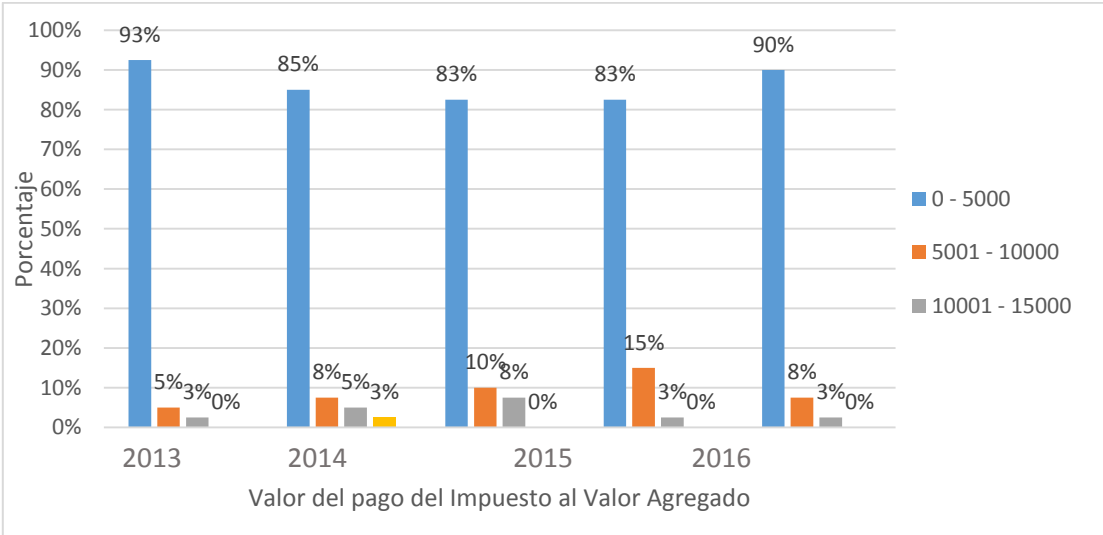


Figura 21: valor del pago de impuesto al valor agregado de los últimos 5 años
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En lo referente al valor en el pago del Impuesto al Valor Agregado de los últimos 5 años de acuerdo a su nivel de ingresos por parte de los mayoristas de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán y tomando en cuenta que este impuesto muchas veces se paga de manera indirecta no es tan alta siendo un rango aproximado de (0 a 5000) dólares que la mayoría de contribuyentes pago desde el año 2013 al 2017 esto aludiendo de acuerdo al volumen de sus ventas de los respectivos años. Se puede decir que en un porcentaje pequeño otros contribuyentes pagan un valor aproximado de (10001 – 15000) que de igual manera corresponde a su nivel de ingresos.

20. Valor de ventas mayor a las compras de los últimos 5 años

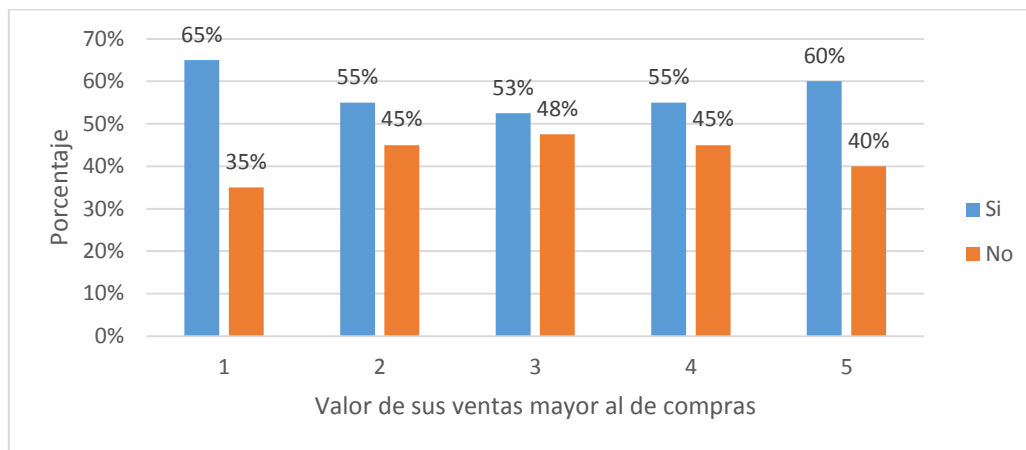


Figura 22: Valor en dólares de sus ventas ha sido mayor a de su compra

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Como se puede observar el 60% los mayoristas de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán mencionan que en los últimos 5 años su nivel de ventas si ha sido mayor al nivel de sus compras, a pesar de que muchos encuestados mencionaron que no vendían como antes por la crisis económica que presenta en el país.

21. Volumen de ventas de los últimos 5 años

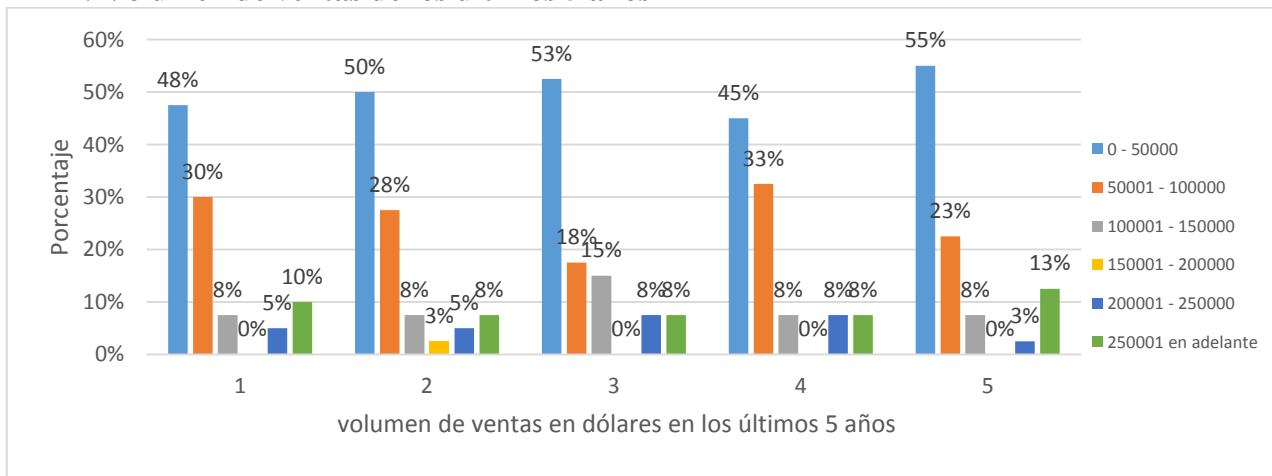


Figura 23: Volumen de ventas en dólares en los últimos 5 años

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Los resultados indican que entre un aproximado del 50% de los mayoristas encuestados tienen un nivel de ventas al año entre (0 – 50000) dólares esto representan el rango más bajo y se aduce que es debido a la situación económica que atraviesa el país lo cual ha reducido considerablemente sus ventas en estos últimos 5 años, por eso es que muy pocos son quienes tienen ventas entre (200001- 250000) dólares, estos datos nos ayudan a identificar cual sería el porcentaje aproximado que deberían pagar de impuestos de acuerdo con esta información.

22. Las utilidades se ven afectadas por el pago de impuestos.

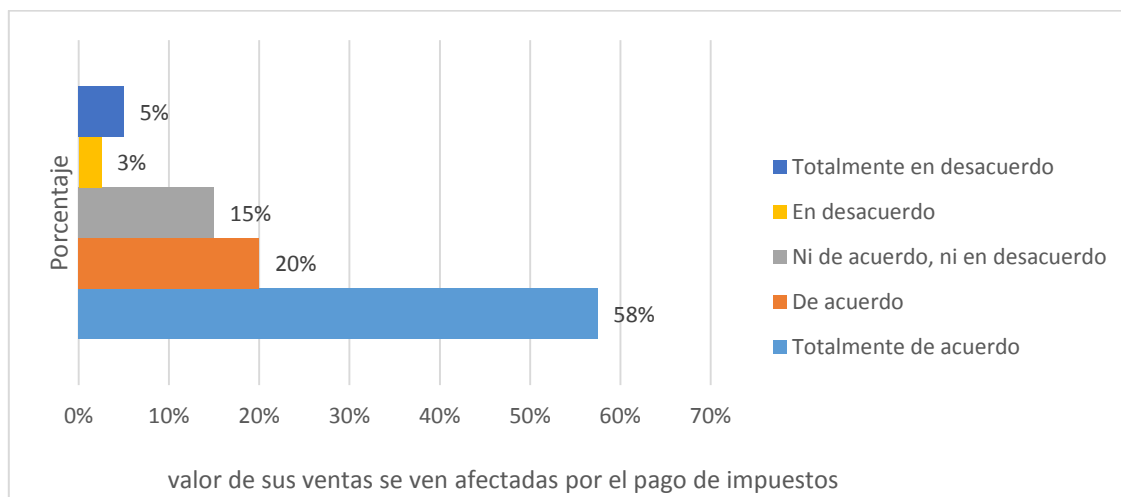


Figura 24: Piensa que el valor de sus ventas se ven afectadas por el pago de impuestos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

De acuerdo a la información obtenida un elevado porcentaje del 58% supera a la mitad de los encuestados mayoristas de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán están totalmente de acuerdo que el pago de impuestos afecta de manera directa el valor generado en sus utilidades. Dado que el valor de los impuestos, los cambios y reformas distorsionan los precios de compra más no los de venta, así como la forma de obtención y recuperación del capital invertido en la actividad comercial.

23. Destinación de un porcentaje para el pago de impuestos

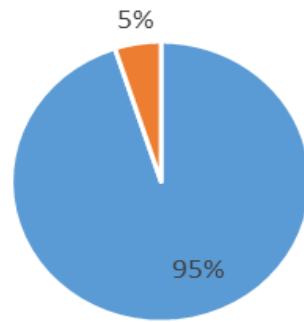


Figura 25: Del total de sus ventas usted destina porcentaje para el pago de sus impuestos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Gran parte del sector mayorista en la línea de víveres con un 95% manifiestan que si destinan un porcentaje para el pago de sus impuestos porque en función al comportamiento económico de cada año el contribuyente tiene un estimativo de cuanto tiene que pagar y por eso provisionan un valor esto quiere decir que los contribuyentes sienten la necesidad o el compromiso con la institución y el estado por ello destinan cierto valor del total de sus utilidades, mientras que una minoría con 5% mencionan que no destinan cierto porcentaje para el pago de impuestos, pues no pueden pronosticar si ha futuro mejoraran sus ventas o se encontrarán afectadas por la crisis económica.

4.2. DISCUSIÓN

La recaudación de impuestos para un gobierno es de vital importancia, de ahí se derivan los grandes proyectos y el manejo adecuado de estos recursos proporciona brechas entre naciones (las potencias y los países en vías de desarrollo). Sin embargo, dichas cargas impositivas constituyen en algunos casos un freno para el desarrollo de negocios e industrias potenciales; un país para alcanzar sus metas y objetivos debe ser en última instancia que dependa de los propios ingresos, esto depende no solo de la tasa impositiva que se aplica, sino de costos asociados al pago de impuestos y el nivel de incentivos que se aplique por el gobierno. Si no se ofrece condiciones que favorezcan a los comercios, especialmente relacionado a inversión extranjera o nuevos negocios por parte de empresarios del mismo país, provoca pérdidas de oportunidades de inversión, tanto local como extranjera, como afectación para adquirir nuevas tecnologías, desarrollar estrategias productivas, capacitar a personal, entre otras.

La carga impositiva en las potencias

Los regímenes tributarios alrededor del mundo permiten a las administraciones públicas desarrollar diferentes programas que benefician a ambos sectores (gubernamental e industrial), en la siguiente figura se muestra las tasas de impuesto al valor agregado en diferentes países del mundo.

Rank		País / Región	IVA
1		Hungría	27%
2		Croacia	25%
3		Dinamarca	25%
4		Noruega	25%
5		Suecia	25%
6		Finlandia	24%
7		Islandia	24%
8		Rumanía	24%
9		Grecia	23%
10		Irlanda	23%













11		Polonia	23%
12		Portugal	23%
13		Italia	22%
14		Uruguay	22%
15		UE 28	21,6%
16		Argentina	21%
17		Bélgica	21%
18		Países Bajos	21%
19		España	21%
20		Francia	20%
21		Marruecos	20%
22		Reino Unido	20%

Figura 26. Impuesto al valor agregado actualizado al 2015.

Fuente: (Economipedia, 2018)

Como se puede apreciar, Hungría es la nación con la tasa de IVA más elevada (27%), este escenario de naturaleza dinámica, se ajustan a los fenómenos macroeconómicos.

“A lo anterior, al menos durante 2016-2017, se suman incertidumbres producto del debate en torno a la reforma fiscal en los Estados Unidos. Entre las principales medidas que se incorporarían en esa reforma cabe mencionar la propuesta de aplicar un impuesto del 20% a las importaciones, que implicaría, según diversas estimaciones, una significativa apreciación del dólar (en torno al 25%), que tendría importantes impactos macroeconómicos a nivel mundial, en particular en el comercio y los flujos financieros” (CEPAL, 2017).

La carga impositiva en Latinoamérica

En Sudamérica como se puede apreciar en el siguiente gráfico, los impuestos son más reducidos que en Europa, a excepción de Argentina que tiene un impuesto del 22% y Uruguay que su impuesto es del 21%, siendo de los dos países más caros de la región. Ecuador se encuentra en el puesto número 9 en comparación con el resto de países de acuerdo al gráfico con el 12% y Paraguay es el país que más bajo impuesto tiene con el 10%, como se puede apreciar, Ecuador tiene uno de los más bajos impuestos en la región pero hay que tomar en cuenta que este no es el único impuesto que se cobra en el país, se tiene otro tipo de impuesto como el anticipo a la renta, que quita competitividad y un alejamiento de la inversión extranjera.












1		Uruguay	22%
2		Argentina	21%
3		Chile	19%
4		Brasil	17% -19%
5		Perú	18%
6		México	19%
7		Colombia	16%
8		Bolivia	13%
9		Ecuador	12%
10		Venezuela	12%
11		Paraguay	10%

Figura 27. Impuesto al valor agregado en Latinoamérica actualizado al 2015.

Fuente: (Economipedia, 2018)

Durante 2016 el promedio del déficit fiscal se mantuvo estable en los países de América Latina respecto de los valores observados en 2015 y se ubicó en un 3,0% del PIB por segundo año consecutivo. Esto fue consecuencia de un aumento del pago de intereses que fue compensado con un aumento de los ingresos públicos. (CEPAL, 2017)

Aunque los embates económicos comenzarán por la apreciación del dólar (las economías dolarizadas, pierden competitividad),

El caso pionero corresponde a Brasil en 1967, el IVA fue introducido masivamente en los sistemas tributarios de la región durante las décadas del setenta y del ochenta, como receta fundamental del Consenso de Washington para compensar la pérdida recaudatoria que implicaba la reducción de impuestos al comercio internacional. (Gómez Sabaíni & Morán, 2015)

La siguiente figura propuesta por (Gómez Sabaíni & Morán, 2015), propicia una visión respecto de las tasas del IVA en la región. Al 2012, Uruguay tenía la tasa de IVA más elevada (25%) y en el otro extremo se encuentra Panamá con una tasa del 5%. Argentina, Brasil y Chile, son los países de la región que mantienen tasas impositivas considerables (21, 20,5 y 19% respectivamente).

Para Ecuador el año de introducción de este gravamen ocurrió en 1970, cinco años después de su introducción en Brasil.

Tabla 2: Evolución de la tasa IVA en países de América Latina y la OCDE.

Países	Año de introducción	Tasa inicial	1992	2000	2012
Argentina	1975	16,0	18,0	21,0	21,0
Bolivia	1973	10,0	14,9	14,9	14,9
Brasil	1967	15,0	20,5	20,5	20,5
Chile	1975	20,0	18,0	18,0	19,0
Colombia	1975	10,0	12,0	15,0	16,0
Costa Rica	1975	10,0	8,0	13,0	13,0
Ecuador	1970	10,0	10,0	12,0	12,0
El Salvador	1992	10,0	10,0	13,0	13,0
Guatemala	1983	7,0	7,0	10,0	12,0
Honduras	1976	3,0	7,0	12,0	12,0
México	1980	10,0	10,0	15,0	16,0
Nicaragua	1975	6,0	10,0	15,0	15,0
Panamá	1977	5,0	5,0	5,0	7,0
Paraguay	1993	10,0		10,0	10,0
Perú	1976	20,0	18,0	18,0	18,0
Rep. Dominicana	1983	6,0	6,0	8,0	18,0
Uruguay	1987	21,0	22,0	23,0	22,0
Venezuela	1993	11,0		15,5	12,0
América Latina		11,1	12,3	14,4	15,1
Alemania	1968	11,0	14,0	16,0	19,0
Canadá	1992	7,0	7,0	7,0	5,0
Dinamarca	1967	15,0	25,0	25,0	25,0
España	1986	12,0	13,0	16,0	21,0
Francia	1968	20,0	18,6	20,6	19,6
Italia	1973	12,0	19,0	20,0	21,0
Japón	1989	3,0	3,0	5,0	5,0
Reino Unido	1973	8,0	17,5	17,5	20,0
OCDE.34		15,4	16,3	17,8	18,9

Fuente: (Gómez Sabaíni & Morán, 2016)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Dichos porcentajes produjeron ingresos fiscales interesantes, tal y como muestran (Gómez Sabaíni & Morán, 2015) en la siguiente tabla.

Tabla 3: Ingresos Tributarias en países de América Latina

Países	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012
Argentina	16,1	20,3	21,5	26,9	33,5	34,7	37,3
Brasil	28,2	27	30,1	33,1	33,2	34,9	36,3
Uruguay	19,6	21	21,6	23,8	27	27,3	26,3
Bolivia	7,2	11,8	14,7	19,1	20,7	24,2	26
Costa Rica	16,1	16,3	18,2	19,8	20,5	21	21
Chile	17	18,4	18,8	20,7	19,5	21,2	20,8
Ecuador	7,1	7,9	10,1	11,7	16,8	17,9	20,2
México	15,8	15,2	16,9	18,1	18,9	19,7	19,6
Colombia	9	13,8	14,6	18,1	18	18,8	19,6
Nicaragua	n.d.	14,1	16,9	20,9	18,3	19,1	19,5
Panamá	14,7	16,4	16,7	14,6	18,1	18,1	18,5
Perú	11,8	15,4	13,9	15,8	17,4	17,8	18,1
Paraguay	5,4	13,6	14,5	13,8	16,5	17	17,6
Honduras	16,2	18,1	15,3	16,9	17,3	16,9	17,5
El Salvador	10,5	13	12,2	14,1	14,8	14,8	15,7
Venezuela	18,7	13,3	13,6	15,9	11,4	12,9	13,7
Rep.							
Dominicana	8,3	10,6	12,4	14,7	12,8	12,9	13,5
Guatemala	9	10,4	12,4	13,1	12,3	12,6	12,3

Fuente: (Gómez Sabaíni & Morán, 2016)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

A pesar de tener la tasa impositiva de IVA más alta de la región los ingresos fiscales de Uruguay, están por debajo de Argentina y Brasil, mientras Ecuador se encuentra después de Chile con 20,2% del PIB.

A esta realidad es necesario la inmersión del impuesto sobre la renta, graven con mayor anterioridad al IVA, “la importancia relativa de este tributo recién tomó un primer gran impulso en las décadas de los cincuenta y de los sesenta, con el surgimiento del enfoque redistributivo de la tributación y la política fiscal” (Gómez Sabaíni & Morán, 2016) En relación al Ecuador ha ido incrementando sus recaudaciones cada año desde 1997 hasta el 2012 siendo uno de los países que ha mejorado de forma paulatina sus ingresos por impuestos; en la actualidad el Ecuador desde el año 1997 hasta el 2017 se ha incrementado la recaudación fiscal 9 veces mas, llegando a ser en el año 2018 el 44,02% de aporte a los ingresos para presupuesto general del Estado, siendo considerado un impuesto permanente para el gobierno.

Tabla 4: Niveles de renta para la aplicación de tasas mínimas y máximas

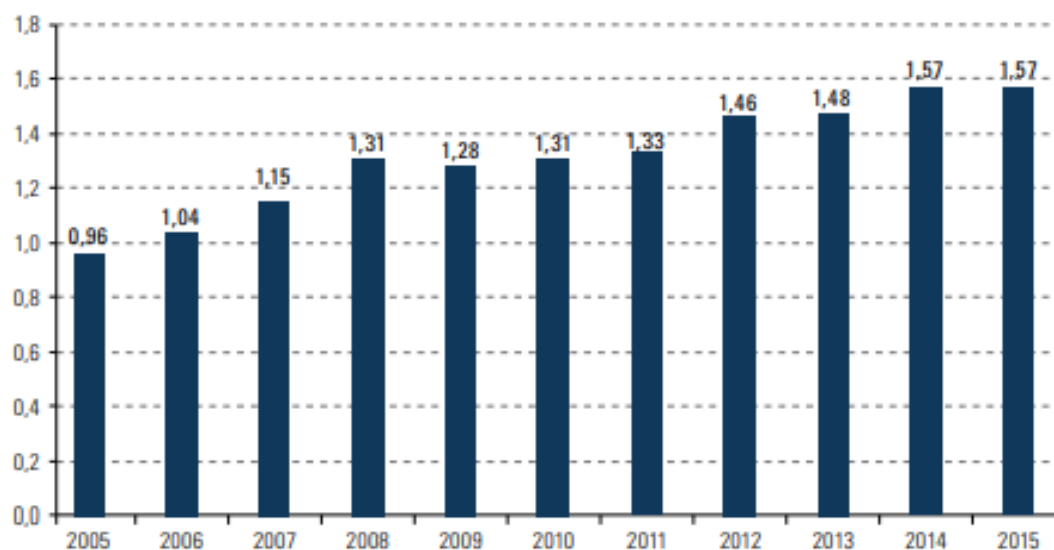
Países	Aplicación de tasa marginal mínima (nivel de exención)			Aplicación de tasa marginal máxima		
	1985	2001	2010	1985	2001	2010
Argentina	0,8	1,4	0,3	21,4	16,5	3,7
Bolivia	1 ...		0,2	10,1	...	0,2
Brasil	0,3	1,5	1,1	10,1	3,1	2,7
Chile	0,2	0,1	1	2,8	1,2	11,2
Colombia	0	4,1	2,8	20,5	16,6	10,7
Costa Rica	1,2	0,8	1,9	1,4	3,7	2,9
Ecuador	0,4	2,4	2,2	29,2	8,3	22,3
El salvador	...	1,2	0,4	171,7	11	3,4
Guatemala	0,9	5	1,6	356	22,5	14,4
Honduras	0	3,6	2,9	600,4	36	13,1
México	0,7	0,1	0,5	21,3	44	3,4
Nicaragua	1,7	7,7	2,1	56,9	61,2	20,7
Panamá	0,3	0,9	1,4	89	57,8	4,1
Perú	...	2,9	1,7	...	22,3	14,7
Rep. Dominicana	1,1	2,3	1,8	413,5	5,8	3,8
Uruguay	0,7	10,3
Venezuela	...	0	1,5	...	0	12,7
América Latina	0,7	2,3	1,4	128,9	20,7	9,1

Fuente: (Gómez Sabafni & Morán, 2016)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En este gravamen es Ecuador la nación con la tasa al IR más elevada de la región, la anotación importante respecto a este tributo es la aplicación directa a las ganancias de las organizaciones industriales de una nación, y puede verse como un freno al desarrollo de un dinamismo empresarial fluido y robusto, en la actualidad Chile es el referente de la región en cuanto a desarrollo y crecimiento económico. Este gravamen a las ganancias del sector privado en la región está compuesto por:

Tabla 5: Carga tributaria y estructura relativa del impuesto sobre la renta en América Latina



Fuente: (CEPAL - NACIONES UNIDAS, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La carga impositiva en el contexto nacional

La administración tributaria en el territorio nacional involucra la participación de ciertas entidades de acuerdo al impuesto a recaudar.

Tabla 6: Administración tributaria

Sector	Entidades
CENTRAL	* SRI
	*SENAE
SECCIONAL	* MUNICIPIOS
	* CONSEJOS PROVINCIALES
DE EXCEPCIÓN	* OTROS

Fuente: (Armas, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Es bien sabido que el 36% de las organizaciones empresariales se dedican al comercio, por obvias razones el impacto al presupuesto general del estado es positivo por ser una actividad que aporte en mayor porcentaje en el pago de impuestos que otras actividades de producción.

De acuerdo a la proforma del SRI 2017, la evolución de las ventas entorno al comercio evolucionan de la siguiente manera:

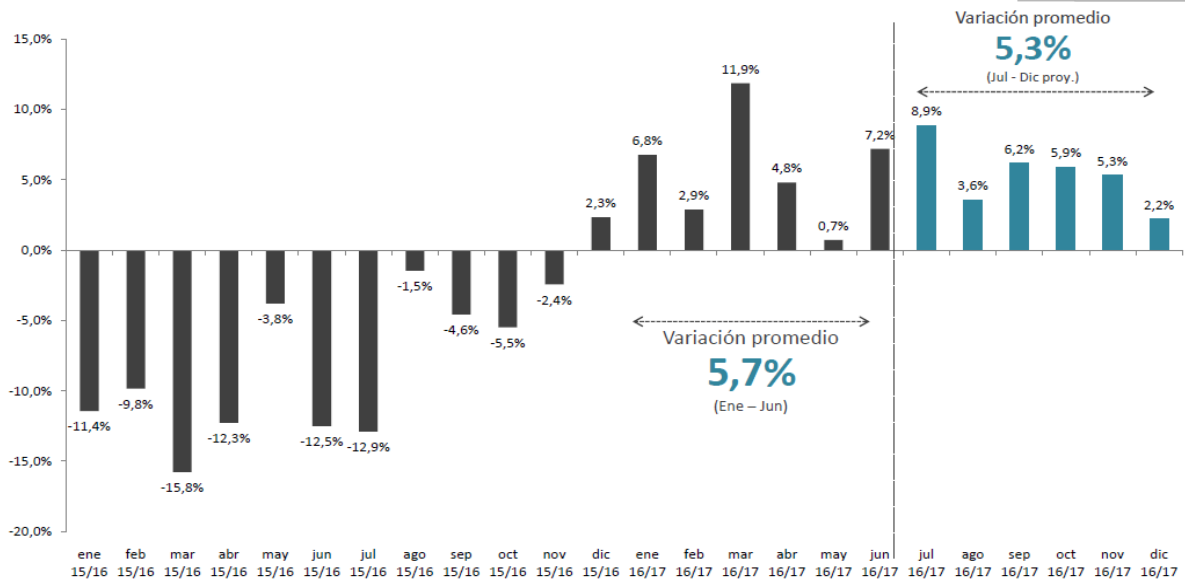


Figura 27 Evolución y proyección de ventas

Fuente: (Armas, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Por efectos externos las ventas desde enero 2016 hasta el cierre de ese año las ventas presentan un decremento en promedio del 11%, se observa una recuperación en el primer semestre del 2017 y se proyecta mediante un escenario positivo en promedio de 8,56%.

En relación a la provincia del Carchi para el año 2017 según el Servicio de Rentas Internas se tuvo una recaudación de \$22'334.109 de dólares \$ representando el 0.16% de la recaudación a nivel nacional; la ciudad de Tulcán aportó con \$ 16'174.029 dólares, comparado con los demás cantones de la provincia representa el 72% de las recaudaciones, por esto se puede deducir la falta de apoyo a nivel gubernamental, ya que su representatividad a nivel fiscal es uno de los más bajos del país.

Al aproximarse al contexto local y por la condición fronteriza de la provincia, dos de los entes reguladores pueden recaudar los siguientes tributos.

Tabla 7: Entes recaudadores de impuestos

SRI	SENAE
Impuesto a la Renta	Aranceles
Impuesto al Valor Agregado	Impuesto al Valor Agregado
Impuesto a la Salida de Divisas	Impuesto a los Consumos Especiales
Impuesto a los Consumos Especiales	FODINFA (Fondo de desarrollo para la infancia)
Impuesto a los Vehículos Motorizados	Otros
Impuesto a la Contaminación Vehicular	
Impuesto a los ingresos Extraordinarios	
Impuesto a las tierras rurales	
Impuesto a los Activos en el Exterior	
Impuesto a las botellas plásticas no retornables	
RISE	

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La SENAE tiene un rol protagónico en la recaudación de impuesto y responde a la condición comercial que son naturales en la vecina ciudad de Ipiales y Tulcán.

El impacto de los tributos en los mercados mayoristas de Tulcán

El análisis parte de los dos tributos más representativos, el IVA y el impuesto a la renta, las siguientes tablas presentan una relación entre el volumen de ventas y el valor del impuesto pagado, para dicho análisis se considera a los dos extremos año 2013 y año 217.

Tabla 8: Volumen de ventas año 2013

Cuál ha sido su volumen de ventas en dólares en los últimos 5 años: 2013	Impuestos 2013	Año
0 – 50000	47,5%	
50001 – 100000	30,0%	
100001 – 150000	7,5%	
200001 – 250000	5,0%	
250001 en adelante	10,0%	
Total	100,0%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Como se puede apreciar el porcentaje se concentra en un volumen de ventas de 0 a 50000 dólares y algo parecido ocurre con el volumen de ventas (47%), es decir, la mayoría de los ingresos son destinados al pago de impuestos en este caso el IR. Como se mencionó en apartados anteriores el IR es del 22,3% una de las tasas más elevadas y se aplica a las ganancias, de ahí el escaso crecimiento económico de la localidad

Tabla 9: Volumen de ventas año 2017

Cuál ha sido su volumen de ventas en dólares en los últimos 5 años: 2017	1Cuál ha sido el valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años: Año 2017
0 – 50000	55,0%
50001 – 100000	22,5%
100001 – 150000	7,5%
200001 – 250000	2,5%
250001 en adelante	12,5%
Total	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Si observa la tabla anterior existe un crecimiento de 8 puntos porcentuales que indican que la mayoría de los ingresos son destinados al pago de impuestos en este caso el IR. Como se mencionó en apartados anteriores el IR es del 22,3% una de las tasas más elevadas y se aplica a las ganancias, de ahí el escaso crecimiento económico de la localidad. También se puede decir que se incrementó el número de contribuyentes con respecto al 2013.

Recaudación de los Impuestos Año 2017 y 2018 (a Junio) en Ecuador y Carchi

A continuación se presenta la recaudación de impuestos del año 2017 de Enero a Diciembre y del año 2018 de Enero a Junio.

Tabla 10: Recaudación acumulada del Año 2017 en el Ecuador

Año/ Mes	
Enero	1380686,58
Febrero	946423,42
Marzo	1079661,05
Abril	1765083,88
Mayo	1061263,18
Junio	1082152951,00
Julio	1122993984,00
Agosto	1003364190,00
Septiembre	1118900618,00
Octubre	1009838597,00
Noviembre	1040355407,00
Diciembre	1069972057,00
Total recaudación	13,680,695,92

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La recaudación acumulada por el Servicio de Rentas Internas para el año 2017 fue de \$13.680 millones de dólares aproximadamente, para lo cual Carchi aportó al Servicio de Rentas Internas \$ 22'334.109 siendo el 0.16% de aporte de la provincia, esto evidencia aún que existe inconvenientes tanto en que existe diferentes empresas que evaden los impuestos como la falta de trabajo en el provincia, nos permite decir que aun somos una provincia deprimida en relación a falta de oportunidades de trabajo y que nuevamente no tenemos preferencias arancelarias a pesar de ser una provincia de frontera.

Tabla 11: Recaudación Acumulada del Año 2017 de la Provincia del Carchi

RECAUDACIÓN ACUMULADA 2017													
Provincia / Cantón	Año / Mes												Total Recauda.
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
CARCHI													
BOLIVAR	70,920	77,115	81,328	68,302	69,660	50,462	77,307	79,488	72,742	81,328	54,650	59,043	842,345
ESPEJO	100,140	71,536	87,521	78,255	102,823	63,327	121,604	89,744	87,254	87,687	81,642	73,226	1,044,758
MIRA	44,108	44,917	54,605	34,196	58,933	58,141	44,574	43,392	64,005	49,581	75,719	35,039	607,211
MONTUFAR	235,815	148,134	273,590	210,613	246,063	199,124	266,570	183,860	229,123	230,536	188,603	205,096	2,617,125
SAN PEDRO DE HUACA	36,962	26,690	54,923	38,275	35,619	32,463	27,615	25,445	52,942	38,622	37,161	30,986	437,704
SIN CANTÓN ASIGNADO	22,761	53,122	52,698	69,163	57,770	53,313	68,007	65,304	53,858	49,573	41,144	24,223	610,937
TULCAN	1,760,979	858,463	2,449,47	1,809,07	1,192,26	958,962	1,564,29	1,135,87	1,316,245	1,00301 0	1,005,696	1,119,683	16,174,029
Total Recaudación	2,271,686	1,279,978	3,054,144	2,307,882	1,763,134	1,415,791	2,169,969	1,623,110	1,876,169	1,540,336	1,484,614	1,547,295	22,334,109

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 12: Recaudación Acumulada del Año 2018 de Ecuador: De Enero a Junio

RECAUDACIÓN ACUMULADA 2018							
Provincia / Cantón	Año / Mes						Total Recaudación
	2018						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Total Recaudación	1,366,333,469	954,895,744	1,118,311,793	1,779,301,536	1,224,663,705	1,029,997,985	7,473,504,232

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

La recaudación acumulada por el Servicio de Rentas Internas para el año 2018 (Enero – Mayo) fue de \$ 7.473 millones de dólares aproximadamente, para lo cual Carchi aportó \$10,278,609 siendo el 0.13% de aporte de la provincia, se mantiene de acuerdo a lo recaudado el año anterior, siendo de las provincias que más bajo aporte tiene al SRI.

Tabla 13: Recaudación Acumulada del Año 2018 de la Provincia del Carchi: De Enero a Junio

Descripción Grupo Impuesto							
RECAUDACIÓN ACUMULADA 2018 Año / Mes							
Provincia / Cantón	2018						Total Recaudación
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
CARCHI							
TULCAN	1,579,649	777,384	1,120,283	2,055,100	902,371	1,122,784	7,557,570
MONTUFAR	204,166	166,448	239,897	209,132	163,627	194,784	1,178,054
ESPEJO	91,608	123,400	114,423	98,572	95,521	129,442	652,966
BOLIVAR	85,116	51,521	60,044	51,508	53,834	59,034	361,057
SAN PEDRO DE HUACA	66,884	22,354	41,080	33,208	27,751	33,607	224,883
MIRA	53,895	30,130	50,620	56,384	46,467	53,496	290,991
SIN CANTÓN ASIGNADO	4,401	2,294	4,267	2,125			13,087
Total Recaudación	2,085,718	1,173,530	1,630,614	2,506,029	1,289,571	1,593,147	10,278,609

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2017)

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Aporte de los impuestos del SRI al presupuesto general del Estado

El Presupuesto General del Estado en el Ecuador se toma en cuenta los recursos financieros tanto de los ingresos que cuenta como es la venta del petróleo, la recaudación de impuestos entre otros y los gastos en donde consta los servicios, producción y funcionamiento público en educación, salud, vivienda, agricultura, entre otros, todo esto de acuerdo a la planificación de programas de desarrollo. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018).

A continuación se presenta la proforma del Presupuesto General de Estado para el 2018, el cual está alrededor de 34.853 millones de dólares, en lo relativo a los Ingresos está dividido en: Ingresos permanentes, Ingresos No permanentes, Financiamiento identificado.



Figura 28 Proforma presupuestaria 2018

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas, 2018

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Cada año el mismo ha tenido variaciones como lo demuestra la siguiente gráfica: en donde se puede evidenciar una tendencia al alza, solo en los años 2016 y 2018 se encuentran en menor porcentaje que el año anterior.

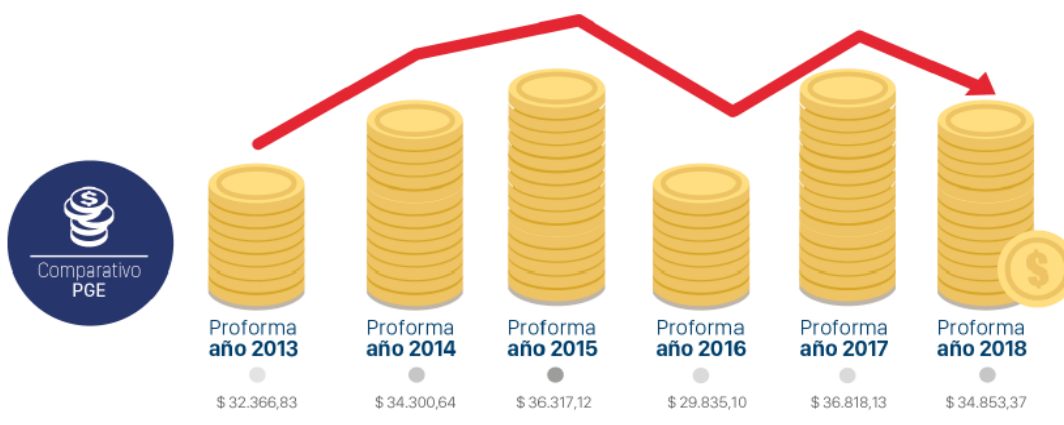


Figura 29 Proforma presupuestaria 2018

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas, 2018

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

El presupuesto cada año es enviado a la función legislativa para su aprobación o si es el caso dar observaciones y proponer alguna alternativa para la distribución de los mismos, sin alterar el monto total propuesto.

Para poder entender los ingresos que tienen el estado y su clasificación podemos ver en la siguiente figura los diferentes tipos de Ingresos y entre los cuales se encuentra los Ingresos permanentes (recursos que el estado recibe de manera continua, periódica y previsible) que genera el Servicio de Rentas Internas que está en \$15.343 millones de dólares para el año 2018.



Figura 30 Proforma presupuestaria 2018
Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas, 2018
Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

De acuerdo al gráfico anterior, podemos decir que en ingresos permanentes el rubro relacionado a Impuestos que genera el SRI es de 15.343 millones de dólares anuales, lo que representa el 71.19% en relación al resto de rubros, a continuación se indica en la tabla.

Tabla 14: Ingresos Permanentes en millones de Dólares Año: 2018

Impuestos SRI	Transferencias y donaciones corrientes	Tasas y Contribuciones	Rentas de Inversiones y multas	Otros ingresos	Ventas de bienes y servicios	Total
15343.94	3459.33	2040.26	521.9	121.71	65.35	21552.49
Porcentajes						
71.19	16.05	9.47	2.42	0.56	0.30	100.00

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas, 2018

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En relación al presupuesto general del Estado los ingresos permanentes representan el 61.83% y el rubro de aporte de los impuestos recaudados por el Servicio de Rentas Internas para el año 2018 constituye el 44.02% de los Ingresos totales, siendo el más significativo para el gobierno, es por eso que se buscan nuevas formas de impedir la evasión de impuestos y se buscan incentivos para que se puede generar mayor incremento en el mismo para beneficio del estado y por ende apoyar al gasto que debe realizar el estado Ecuatoriano.

De acuerdo a datos del Servicio de Rentas Internas, para el año 2017 como indica en el gráfico en los últimos 20 años la recaudación creció 9 veces.



Figura 31 Proforma presupuestaria 2018

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

El Servicio de Rentas Internas en su reporte de Junio de 2018, informa que han existido incrementos en la recaudación en los últimos ocho meses consecutivos. La entidad tributaria recaudó en mayo 8,4% más que el mismo mes del 2017 es decir USD 1 124 millones. La recaudación subió en 10% los cinco primeros meses del 2018 e iguala el período del año anterior. De enero a mayo de este año se recauda USD 6.439 millones. El impuesto al valor agregado en el 2018 generó 4.8% más que el año anterior (2747 millones). El impuesto al ICE incrementó el 12,6 %. Por impuesto a salida de divisas incrementó el 13,5%. Las rentas internas en mayo del 2018 creció en 32.2% en relación a 2017. Los sectores de mayor aporte tributario fue: el comercio, agricultura, empresas financieras y de seguros, canteras, el transporte.

El servicio de rentas internas para mejorar las recaudaciones ha implantado planes de control como son: control a Empresas Fantasma y Clientes, control de ingresos de dineros, control de variación patrimonial no Justificada y control de contribuciones solidarias, debido a lo anteriormente indicado en el año 2017 hubo un rendimiento de 598 millos de dólares. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Impuestos del Cantón Tulcán

Los montos recaudados en el cantón Tulcán

Tabla 15: Recaudación del impuesto al valor agregado

IVA						
<i>Recaudación del impuesto al valor agregado</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Enero	\$677.792,78	\$946.087,86	\$694.641,0	\$503.500,56	\$916.818,93	\$3.044.200,13
Febrero	\$254.139,55	\$464.942,14	\$699.325,0	\$261.959,68	\$256.039,92	\$1.237.081,29
Marzo	\$249.549,15	\$441.734,87	\$424.000,0	\$203.636,45	\$985.210,36	\$1.880.130,83
Abril	\$338.200,68	\$381.288,85	\$629.449,0	\$296.263,68	\$311.123,96	\$1.326.877,17
Mayo	\$273.014,41	\$620.277,31	\$641.581,0	\$321.076,24	\$395.285,47	\$1.609.653,43
Junio	\$340.546,64	\$456.988,25	\$348.581,0	\$367.854,49	\$382.430,36	\$1.547.819,74
Julio	\$375.420,63	\$482.864,29	\$802.611,0	\$815.517,68	\$330.942,36	\$2.004.744,96
Agosto	\$497.081,02	\$331.082,75	\$297.464,0	\$305.403,73	\$371.069,88	\$1.504.637,38

Septiembre	\$404.647,56	\$635.001,52	\$491.821,0	0	\$387.190,83	\$289.509,16	\$1.716.349,07
Octubre	\$441.667,86	\$515.098,42	\$421.245,0	0	\$385.257,60	\$343.202,73	\$1.685.226,61
Noviembre	\$479.164,97	\$454.120,33	\$401.115,0	0	\$296.098,97	\$317.489,97	\$1.546.874,24
Diciembre	\$590.748,52	\$330.985,77	\$553.152,0	0	\$346.617,23	\$358.799,01	\$1.627.150,53

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Como puede apreciarse en la tabla anterior el mes que tuvo más dinero recaudado por el IVA fue enero el monto asciende a \$3.044.200,13; en 2017 el mes con mayor valor recaudado fue marzo con \$985.210,36.

Tabla 16: Recaudación del Anticipo del Impuesto a la Renta

<i>Recaudación del anticipo del impuesto a la renta Carchi</i>				
	-miles de dólares-			
	Anticipos al IR			
	2015	2016	2017	2018
Enero	5183	4133	4929	5301
Febrero	3564	3774	5029	5074
Marzo	2885	2304	4170	4643
Abril	2397	2330	7241	7671
Mayo	1424	1397	4232	4548
Junio	1435	1665	3361	3828
Julio	149511	165898	144315	143320
Agosto	10505	12055	16077	
Septiembre	145973	136437	143298	
Octubre	13040	17531	14382	
Noviembre	8868	9437	7336	
Diciembre	7274	7459	8676	
Valor Aculado	352059	364420	363046	174385

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En el Ecuador las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deben realizar sus declaraciones, pagan un valor de anticipo a la renta; equivalente al anticipo determinado por sujetos pasivos en su declaración del Impuesto a la Renta, menos las retenciones de impuesto realizada al contribuyente durante el año anterior al pago del anticipo. El valor resultante deberá ser pagado en dos cuotas iguales, las cuales se cancelaran hasta las siguientes fechas, según el

noveno dígito del número del registro único de contribuyentes RUC, o de la cedula de identidad. El anticipo de impuesto a la renta (IR) es una proporción del impuesto anual que debe ser pagado en los meses de julio y septiembre de cada año.

El tener un efecto de impuesto a la renta mayor al que prevé la norma, implica para los contribuyentes una disminución de la legítima rentabilidad que pretenden recibir de su inversión tal como está configurada la norma, en el caso de que una empresa genere un anticipo mínimo del impuesto a la renta mayor al impuesto a la renta causado, genera un efecto en la utilidad susceptible de ser distribuida a los accionistas.

El cobro del anticipo constituye un beneficio para el Estado en cuanto a la recaudación efectiva de recursos, en cuanto al 2018 se identifica un valor superior a diferencia con los anteriores semestres de los años 2015, 2016 y 2017 ocasionado insatisfacción por parte de los contribuyentes especialmente de la cadena estratégica de Víveres del Cantón Tulcán.

En el mes de Julio y Septiembre de todos los años, se puede evidenciar en la tabla que existe mejor recaudación, es debido a que estos meses se vence el pago de este tipo de impuesto, tomando en cuenta que en Julio se realiza pago de la primera cuota y en el mes de septiembre el pago de la segunda cuota. Por lo que se puede decir que Carchi tiene un bajo aporte de este tipo de impuesto al presupuesto general del estado en comparación con otras provincias.

Tabla 17: Recaudación del impuesto a la renta

Impuesto a la renta

Recaudación del impuesto a la renta

	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Enero	\$ 29.224,50	\$ 23.364,13	\$ 1.477.763,00	\$ 444.495,93	\$ 19.933,03	\$ 517.017,59
Febrero	\$ 39.149,08	\$ 14.920,47	\$ 1.403.789,00	\$ 373.280,29	\$ 31.251,77	\$ 458.601,61
Marzo	\$ 189.864,01	\$ 200.754,57	\$ 1.289.354,00	\$ 441.288,55	\$ 212.393,31	\$ 1.044.300,44
Abril	\$ 1.011.977,65	\$ 694.865,63	\$ 2.075.299,00	\$ 1.221.560,13	\$ 819.743,41	\$ 3.748.146,82
Mayo	\$ 74.190,60	\$ 82.053,98	\$ 1.307.457,00	\$ 404.392,40	\$ 37.346,83	\$ 597.983,81
Junio	\$ 15.231,63	\$ 18.854,47	\$ 937.799,00	\$ 451.958,04	\$ 16.943,33	\$ 502.987,47
Julio	\$ 40.039,45	\$ 18.522,46	\$ 1.967.349,00	\$ 757.446,32	\$ 201.503,10	\$ 1.017.511,33
Agosto	\$ 43.068,10	\$ 11.905,43	\$ 850.865,00	\$ 375.301,84	\$ 133.650,87	\$ 563.926,24
Septiembre	\$ 19.788,65	\$ 11.925,43	\$ 1.234.154,00	\$ 709.207,37	\$ 87.719,57	\$ 828.641,02
Octubre	\$ 31.665,77	\$ 23.026,77	\$ 936.059,00	\$ 545.074,17	\$ 21.021,26	\$ 620.787,97
Noviembre	\$ 40.872,73	\$ 36.529,42	\$ 895.519,00	\$ 352.702,74	\$ 23.297,38	\$ 453.402,27
Diciembre	\$ 46.221,31	\$ 84.416,92	\$ 1.108.050,00	\$ 418.528,71	\$ 30.036,87	\$ 579.203,81

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

El mes que presenta un monto elevado es abril con \$3.748.146,82; en el año 2017 el que presentó el mayor valor recaudado fue abril con 819.743,41; dichos montos son gravados a los ingresos de las personas naturales y las utilidades de las sociedades. A continuación se presenta un histórico del comportamiento de ambos tributos:

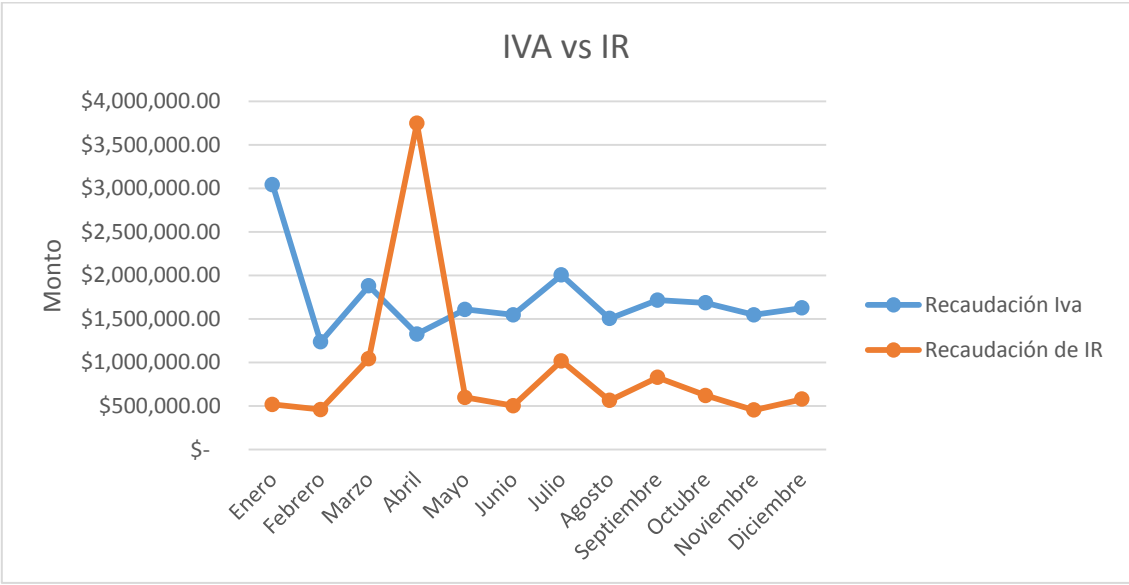


Figura 1 1 IVA vs IR
Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

El comportamiento observado muestra un crecimiento importante en abril respecto del impuesto de la renta, mientras el mes más importante para la recaudación del impuesto al valor agregado y mantiene un comportamiento promedio durante los meses siguientes.

La asignación de los Impuesto a la provincia del Carchi

De acuerdo a (Ministerio de Finanzas, 2016) en el art 1 de la norma expedida para el cálculo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se establece que del presupuesto general del estado correspondientes al 21% de los ingresos permanentes y el 10% de los ingresos son destinados a los GADs.

En ese sentido los ingresos permanentes para el año 2018 ascienden a 21562,48 millones de dólares y los ingresos no permanentes ascienden a 3312,20 millones. El monto a distribuir a los GADs se detalla a continuación:

Ingresos Permanentes	\$21.562.480.000,00
Ingresos no permanentes	\$3.312.200.000,00
21% de Ingresos permanentes	\$4.528.128.800,00
10% de Ingresos no permanentes	\$331.220.000,00
Monto asignado a los GADS	\$4.859.348.800,00

De ahí la (art.2) distribución a cada nivel de gobierno es 27% GAD provincial, 67% GAD municipal y el 6% a las parroquias rurales.

La siguiente tabla indica cuánto se le asignó al GAD provincial de Carchi en 2016:

Tabla 18: Asignación al GAD provincial de Carchi en 2016

GAD Provincial	MONTO A	MONTO B	Nueva Asignación Total 2016
AZUAY	22.699.913,19	7.070.766,14	29.770.679,33
BOLIVAR	10.135.847,62	2.351.258,12	12.487.105,74
CAÑAR	10.632.268,98	2.579.769,78	13.212.038,76
CARCHI	10.543.255,64	2.474.430,33	13.017.685,97

Fuente: GAD provincial

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Para ofrecer más detalles se muestra, la siguiente tabla la distribución del presupuesto por cantón (GADs municipales):

Tabla 19: Distribución del presupuesto por cantón

CARCHI	21.298.759,06	4.941.178,57	26.239.937,62
BOLIVAR	2.406.567,43	571.083,33	2.977.650,76
ESPEJO	2.533.837,07	452.788,79	2.986.625,86
MIRA	2.293.926,53	437.433,80	2.731.360,33
MONTUFAR	3.814.685,35	1.024.781,95	4.839.467,30
SAN PEDRO DE HUACA	1.648.086,36	264.480,21	1.912.566,57
TULCAN	8.601.656,32	2.190.610,48	10.792.266,80

Fuente: GAD provincial

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

En términos generales, a Carchi le corresponde un 0,08% del presupuesto general del estado.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Al culminar la presente investigación se ha llegado a concluir lo siguiente:

- En el Cantón Tulcán la cadena estratégica de víveres establece que el mayor impacto generado es el desconocimiento del proceso para realizar las declaraciones tributarias establecidas en el estado ecuatoriano, esta es la causa del pago de multas e intereses por mora, y demás sanciones establecidas en la normativa tributaria, que deben cumplir al momento de no tener conocimiento acerca de sus obligaciones tributarias, ocasionando inconvenientes de los cambios que implementa la Ley de Régimen Tributario para los contribuyentes, además generando pérdidas al no estar pendiente de dichos cambios.
- Como uno de los principales inconvenientes que los contribuyentes poseen, es el pago del Impuesto a la Renta, puesto que afecta de manera directa y significativa a este tipo de mercados dado que en el país y especialmente en el Cantón Tulcán no se encuentra en buenas condiciones económicas, ya que no existe una verdadera reactivación comercial, esto hace que no dispongan de un incremento en sus capitales para realizar sus actividades de comercio. Siendo este uno de los principales motivos que afectan a esta zona fronteriza, lo que conlleva al incumplimiento y evasión de sus obligaciones produciendo sanciones, multas e intereses por parte de la Administración Tributaria (SRI).
- Otro de los malestares para la cadena estratégica de víveres del Cantón Tulcán es el desconocimiento del proceso de realización de las obligaciones tributarias, ocasionando la contratación de servicios profesionales externos a la empresa, como la de un contador, consultor tributario o asesor tributario; siendo molesto para los contribuyentes porque en sus declaraciones efectuadas esto significa un incremento de sus gastos – costos, ya que deben disponer de un rubro para el pago de los impuestos y además del pago por honorarios de asesoría para las personas que se encargan de realizar las declaraciones, lo cual se manifestó que al no contratar un profesional obtendrían más utilidades.

5.2. RECOMENDACIONES

- Los contribuyentes de la cadena estratégica víveres del Cantón Tulcán deberían buscar asesoramiento en el ámbito del cumplimiento de la normativa tributaria y qué tipo de exenciones les pueden beneficiar a la hora de realizar las declaraciones de impuestos, además requieren obtener información actualizada acerca de los cambios y reformas tributarias vigentes en el Ecuador, para disminuir el criterio de evasión de los tributos con el fin de evitar multas, sanciones e intereses, además de permitirle al comerciante estar en constante actualización, y poder administrar sus empresas incrementando las ventas, para lograr obtener mayores utilidades.
- A los contribuyentes de los mercados mayoristas se les recomienda promocionar más sus productos, para generar más ventas o caso contrario hacer convenios con el vecino país Colombia para fijar el mismo precio, y no competir, establecer estrategias de ventas para que sus clientes se sientan satisfechos y no se dirigen a comprar a otras partes, de esta manera la cadena estratégica de víveres tendría más competitividad y aumentarían más sus ventas y no fuera nada difícil cumplir con el pago del impuesto a la Renta
- Es necesario que el servicio de rentas internas implemente capacitaciones acerca del proceso de realizar las declaraciones, y asesoramiento para no tener que contratar a contadores, consultoras tributarias o asesores tributarios, beneficiándose las dos partes el (SRI) para generar una adecuada gestión tributaria y los contribuyentes conocer los cambios, saber cómo tributar y realizar ellos mismos sus declaraciones sin tener que contratar y no tener que pagar, ocasionando satisfacción a los contribuyentes.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, R. B. (2011). *Revista de la facultad de derecho de México*. Obtenido de El tributo en el Ecuador:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.journals.unam.mx/index.php/rfdm/article/view/30250>

Andrade, J. K. (2015). *La regulación tributaria del comercio informal en la actualidad del Ecuador*. Quito - Ecuador .

Anónimo. (16 de mayo de 2007). *Diccionario de términos de Marketing* . Obtenido de

<http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php>

Anónimo. (15 de marzo de 2017). *Marketing4food.com*. Obtenido de

<http://www.marketing4food.com/glosario/mayorista/>

Anónimo. (04 de 06 de 2018). *Ecured*. Obtenido de Mayorista:

<https://www.ecured.cu/Mayorista>

Anónimo. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/mayorista.html>

Bonta, P., & Farber, M. (2003). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*.

I.S.B.N.:9580470308.

Calderón, J. A. (2013). *Análisis de carácter impositivo de los tributos y el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la ciudad de Tulcán*. Tulcán.

- Calderón, J. A. (2013). Análisis del carácter impositivo de los tributos y el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes formales de la ciudad de Tulcán.”. Tulcán- Ecuador.
- Cardoza, D., & Vargas, H. (s.f.). Incidencia Tributaria del impuesto sobre las ventas: El caso de Costa Rica. Costa Rica.
- Casanova, C. M. (2008). Efectos de las fluctuaciones y cambios internos de la economía en la estructura tributaria Boliviana. Cochabamba - Bolivia.
- Castillo, L. F. (12 de 05 de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/b6o3sbe1bvyn/estructura-de-mercado-de-bienes-y-servicios/>
- Castro, M. T. (2008). *Estructura de los Ingresos Tributarios en el Presupuesto General del Estado*. Distrito Metropolitano Quito .
- Cepeda, L. A., & Rodríguez, W. G. (2015). IMPACTO DE LAS REFORMAS TRIBUTARIAS EN EL SECTOR. *SATHIRI*, 118-119.
- Chávez, H. S. (2013). Política tributaria interna, recaudación y presión fiscal. Sede Ibarra.
- Díaz, A. (2012). *Análisis de los efectos económicos en los impuestos en el Ecuador*. Loja - Ecuador.
- Ecuador, A. d. (2010). *Marcelo Eduardo Cabezas Jarrin* . Quito.

Fernanda Elizabeth, C. (2015). *El Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, una forma de Tributar que posee el sujeto pasivo para ejercer una actividad económica*. Quito: Universidad Central .

Fischer, L., & Espejo, J. (2006). En *Mercadotecnia* (pág. 26;27). México: ISBN 970-10-3964-5.

Fischer, L., Espejo, J., & Hill, G. (2016). *Mercadotecnia*. Tercera Edición.

Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México D.F: Tercera edición, Mc Graw Hill-Interamericana.

Guevara, S. R. (2008). *Aspectos tributarios del contrato de seguros: comentarios y normatividad*. Bogotá: Universidad del Rosario.

Gutiérrez, A. (2006). *Curso de Métodos de Investigación*. Quito.

Guzmán, A. G. (2012). *Análisis de los efectos económicos de los impuestos en el Ecuador*. Loja- Ecuador.

Hernández , S., Fernández Collago, & Baptista Lucio. (2010). *Metodología de la Investigación* . México.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Inter. (s.f.). Obtenido de Investigación Correlacional:

http://metodologiainter.weebly.com/uploads/1/9/2/6/19268119/investigacin_correlacional.pdf

Jarrin, M. E. (2010). *Análisis de los efectos económicos en los impuestos del Ecuador*. Quito.

Kloter, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Octava edición, Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Marketing*. España: 6a Edición, ISBN 970-26-0101-0.

lifeder.com. (s.f.). *lifeder.com*. Obtenido de Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y

Ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>

Martinez. (2002). *Guía de apuntes básicos para el docente de la materia de técnicas de investigación en Grupo Emergente de Investigación*. México.

Martínez, C. D. (2010). *Análisis de la Incidencia de la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador*. Quito - Ecuador .

Martínez, C. D. (2010). *ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LA RECAUDACION DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL ECUADOR* . Quito.

Martínez, C. d. (2010). *Análisis de la incidencia de la regulación del impuesto al valor agregado en el Ecuador*. Ecuador.

Núñez, R. P. (2008). *Mentalidad Empresarial* . Gráficas Ruíz .

Philip, K., Gary, A., Dionisio, C., & Ignacio, C. (2004). En *Marketing* (págs. 507, 555,580).

10a. Edición.

Piarpuezan, j. (2013). *Análisis del carácter impositivo de los tributos y el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes formales de la ciudad de Tulcán.*”.

Obtenido de

file:///C:/Users/USER/Downloads/163%20AN%C3%81LISIS%20DEL%20CARACTER%20IMPOSITIVO%20DE%20LOS%20TRIBUTOS%20Y%20EL%20INCUMPLIMIENTO%20DE%20LAS%20OBLIGACIONES%20DE%20LOS%20COMERCIA NTES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULC%C3%81N.pdf

Reid, A. L. (1980). En *Las técnicas Modernas de Venta y sus aplicaciones* (pág. 60). México:

Editorial Diana S.A.

Romero, R. (2005). En *Mercadotencia* (pág. 138). España: 3a Edición Editora Palmir E.I.R.L

Romero, R. (s.f.). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.

Saltos, N. (2016). *Ecuador 2016*. Quito: Fundación Peralta.

SRI. (15 de Septiembre de 2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). En *Fundamentos de Marketing* (pág.

449). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Thompson, I. (1999). En *Diccionario de Marketing* (pág. 340). España: de Cultural S.A,
ISBN 84-316-2614-5.

Ufg.edu.sv. (s.f.). Obtenido de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7134/3/631.52-E18d-Capitulo%20II.pdf>: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7134/3/631.52-E18d-Capitulo%20II.pdf>

Universia. (04 de 09 de 2017). Obtenido de Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa:
<http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>



Vela, L. A., & Mera, W. G. (2015). Revista Sathiti - Impacto de las reformas tributarias en el sector comercial del Cantón Tulcán. Tulcán -Ecuador.

Vizcaíno, G. (1999). Derecho tributario, consideraciones económicas y jurídicas. España:
Palma: 2 ed.

Zambrano, E. d. (07 de 2011). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO ENFOCADO AL ÁREA TRIBUTARIA DE LA COMPAÑÍA SATIE SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y DE INGENIERÍA*. Obtenido de Dspace:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4469/1/UPS-QT00057.pdf>

VII. ANEXOS

7.1. Anexos encuesta


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING


LA RELACIÓN DE LA ESTRUCTURA IMPOSITIVA EN LAS VENTAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS DEL CANTÓN TULCÁN

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad conocer cuál es el impacto que generan los impuestos en relación a las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán.

Género: Masculino Femenino Nombre del encuestado Edgar Acosta

Lugar de procedencia (provincia) Carchi

Edad:

Edad	18 - 25	26 - 33	34 - 41	42 - 49	50 - 57	58 - 65	66 - 75
				X			

Cuál es su nivel de educación

Primaria	
Secundaria	X
Tercer Nivel	
otro	

Nombre de la empresa Abonates Suliana N° DE RUC 0400357166001

1. Qué tipo de impuestos usted declara en Servicio de Rentas Internas (SRI):

Impuesto a la renta	X
Impuesto al valor agregado	X
Anticipo de Impuesto a la Renta	X
Retención del IVA	X
Retención en la fuente del Impuesto a la Renta	X
Impuesto a los consumos especiales	X
Otro. Cual	

2. Elija de acuerdo al nivel de satisfacción que le motiva cumplir con sus obligaciones tributarias

	Mucho	En buena medida	Poco	Nada
Contribuir a mejorar el país			X	
Cumplir obligaciones como ciudadano	X			
Para evitar pago de multas e intereses	X			
Para evitar clausura del local	X			
Por cultura Tributaria	X			

3. Usted tiene conocimiento de sus derechos y obligaciones como contribuyente?

Nada	Poco	Suficiente	Mucho
			X

4. La manera como realiza sus declaraciones de impuestos es:

Por cuenta propia.	
Por ayuda de un contador	X
Con ayuda de una consultora	
Con ayuda de un asesor tributario	

5. En relación a la pregunta anterior, si sus impuestos son declarados por un contador, consultor o asesor tributario, los resultados obtenidos han sido:

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
		X		

Porque... *Por que no se confia mucho en los contadores.*

6. La persona encargada de realizar las declaraciones tributarias se encuentra pendiente de los cambios o reformas que realiza el SRI en relación de los impuestos.

Siempre	X
Casi siempre	
A veces	
ocasionalmente	
nunca	

7. Cree usted que el pago de impuestos ha generado inconvenientes para la inversión en el comercio mayorista.

si	X
no	

Si su respuesta es positiva indique las razones... *Pagan los impuestos con utilidades minimas y pocas ganancias.*

8. Ha tenido inconvenientes en retrasos en el pago de los impuestos:

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Ocasionalmente	
Nunca	X

Si ha tenido inconvenientes cuáles han sido:.....

9. En los impuestos que usted paga cuál ha sido el que afectado su nivel de compras.

..... *Antes que el impuesto a la renta.*

10. Cree usted que la forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos por parte de la institución encargada del SRI (Servicio de Rentas Internas) es acorde a la realidad del lugar donde el contribuyente realiza la actividad.

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	X

Marque con una x

11. Cuál ha sido el valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años

Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
0 a 5000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 5000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 5000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 5000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 5000 <input checked="" type="checkbox"/>
5001 a 10000	5001 a 10000	5001 a 10000	5001 a 10000	5001 a 10000
10001 a 15000	10001 a 15000	10001 a 15000	10001 a 15000	10001 a 15000
15001 a 20000	15001 a 20000	15001 a 20000	15001 a 20000	15001 a 20000
20001 a 25000	20001 a 25000	20001 a 25000	20001 a 25000	20001 a 25000
25001 en adelante	25001 en adelante	25001 en adelante	25001 en adelante	25001 en adelante

Marque con una x

12. Cuál ha sido el valor del pago de impuesto al valor agregado los últimos 5 años

Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
0 a 5000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 5000	0 a 5000	0 a 5000	0 a 5000
5001 a 10000	5001 a 10000 <input checked="" type="checkbox"/>	5001 a 10000 <input checked="" type="checkbox"/>	5001 a 10000 <input checked="" type="checkbox"/>	5001 a 10000 <input checked="" type="checkbox"/>
10001 a 15000	10001 a 15000	10001 a 15000	10001 a 15000	10001 a 15000
15001 a 20000	15001 a 20000	15001 a 20000	15001 a 20000	15001 a 20000
20001 a 25000	20001 a 25000	20001 a 25000	20001 a 25000	20001 a 25000
25001 en adelante	25001 en adelante	25001 en adelante	25001 en adelante	25001 en adelante

13. El valor de sus ventas en los últimos 5 años ha sido mayor al de sus compras.

Año	2013	Año	2014	Año	2015	Año	2016	Año	2017
Si	<input checked="" type="checkbox"/>	Si		Si		Si		Si	
No		No	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>

14. Marque con una x ¿Cuál ha sido su volumen de ventas en los últimos 5 años?

Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
0 a 50000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 50000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 50000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 50000 <input checked="" type="checkbox"/>	0 a 50000 <input checked="" type="checkbox"/>
50001 a 100000	50001 a 100000	50001 a 100000	50001 a 100000	50001 a 100000
100001 a 150000	100001 a 150000	100001 a 150000	100001 a 150000	100001 a 150000
150001 a 200000	150001 a 200000	150001 a 200000	150001 a 200000	150001 a 200000
200001 a 250000	200001 a 250000	200001 a 250000	200001 a 250000	200001 a 250000
250001 en adelante	250001 en adelante	250001 en adelante	250001 en adelante	250001 en adelante

15. Piensa que el valor de sus ventas se ven afectadas por el pago de impuestos

Totalmente de acuerdo	X
De acuerdo	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

Como afecta Al no generar utilidades.

16. Del total de sus ventas usted destina un cierto porcentaje para el pago de sus impuestos

Si	X
No	
Cuanto %	10 %.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

7.2. Anexos entrevista

Nombre: Mónica Yolanda Rúaes Paucar

Departamento: Contable

Institución: Villareal Consultoría

Fecha: 18/04/2018

Esta entrevista tiene como objetivo recabar información de personas expertas y especializadas en el tema de tributación en base a la investigación: “La relación de la estructura impositiva en las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán”.

1) ¿Cree usted que los mercados mayoristas de la cadena estratégica víveres conocen sus obligaciones tributarias? ¿Por qué?

La mayoría si conoce lo básico por parte de los clientes de la consultoría, porque generalmente si se los asesora, además ellos mismos vienen con las inquietudes; porque se presta a los cambios que existe últimamente en el SRI, como ejemplo el cambio del IVA que hubo o preguntas pertinentes para resolver los casos.

2) ¿Piensa usted que existe una relación entre la estructura impositiva y las ventas de los mercados mayoristas del Cantón Tulcán? ¿Cuál es su finalidad?

Si existe relación dado que los contribuyentes pagan los impuestos, tiene como finalidad recaudar dinero el Gobierno.

3) Muchas veces los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias en el calendario estipulado ¿Cuáles son las causas de los tributos? ¿Qué consecuencias conlleva el incumplimiento?

La falta de dinero y la falta de información, lo cual lleva a muchas consecuencias multas e interés que cobra el SRI el cual da notificaciones.

4) ¿Considera usted que el no mantener una cultura tributaria es la causa principal para el desconocimiento de las obligaciones Tributarias?

Si porque falta más apertura por parte del SRI a veces son muy serrados y no les informan bien solo les interesa cobrar los impuestos, al momento de abrir el RUC ellos únicamente lo abren y no les especifican los pasos básicos, como no atrasarse en los pagos o explicarles una guía inicial, lo cual esto es problema para los contribuyentes porque no saben cómo declarar.

**5) Cree que la estructura impositiva es justa con la realidad de los comerciantes
¿Por qué?**

No es justa tomemos en cuenta hace unos dos años atrás el Carchi en mal paso económico del cual no se ha podido superar todavía y eso se ve en las bajas ventas que tienen todos los establecimientos.

6) ¿Cuál es su función profesional como consultora?

Asesorar al cliente, en todo lo que sea del SRI, y que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones.

7) Ud como consultor mantiene al contribuyente con la información actualizada

Si porque generalmente aquí no tenemos clientes que tengamos que informales lo complicado sino lo básico, a veces se atrasan por el motivo que no tienen el dinero o la información pertinente.

8) Cree usted que el sistema tributario habría que mejorar para una excelente aceptación de las políticas de recaudación que aplica el SRI

Debería de existir una capacitación desde el momento que abren el RUC, decir bueno decir usted hoy viene abrir el RUC, e informar una fecha que va existir una capacitación para informarle lo que tiene que hacer y explicarles cuales son las reformas que le va a afectar.

9) ¿Cuál cree Ud. que son las causas por las cuales las personas evaden impuestos?

Cuando realizan el contrabando es cuando más evaden impuestos, por una parte pueden pasar legalmente y otra por contrabando ahí únicamente evaden impuestos.

10) Cuáles serían las acciones que deben aplicarse para disminuir la evasión de impuestos tanto por parte del estado, contribuyente y mercado informal.

Estado

Como frontera siempre ha existido ese proceso y hasta el momento no se ha podido quitar, el estado sería el motor para mejorar los empleos donde podría desarrollar microempresas y así tener mayor apertura a eso, porque los empleos son limitados en el Cantón Tulcán.

Contribuyente

Deberían de clasificar para que no exista evasión, que paguen menos impuestos o por lo menos en el impuesto a la renta darle un descuento o que no paguen durante ciertos años para que ellos puedan ayudar al estado también

Mercado informal

Normalizar durante el RISE lo cual se paga una cuota de acuerdo a la actividad que tenga, además existe otro mercado informal que adquiere su mercancía y vende su mercadería, pero no declara, las ventas no son mayores para regular eso va hacer a largo plazo, al menos que les den facilidades para que puedan contribuir al estado.



7.3.Anexos tablas

Tabla 20: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	16	40%
Femenino	24	60%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 21: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
26 - 33	9	23%
34 - 41	12	30%
42 - 49	9	23%
50 - 57	6	15%
58 - 65	3	8%
66 - 75	1	3%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 22: Nivel de educación

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	12	30%
Secundaria	13	33%
Tercer Nivel	15	38%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 23: Tipo de impuesto

impuestas	Frecuencia	Porcentaje
Impuesto a la renta	36	26,9%
Impuesto al valor agregado	24	17,9%
Anticipo de Impuesto a la Renta	26	19,4%
Retención del IVA	20	14,9%
Retención en la fuente del Impuesto a la Renta	20	14,9%
Impuesto a los consumidores especiales	5	3,7%
Otro. Cual	3	2,2%
Total	134	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 24: Contribuir a mejorar el país

Contribuir a mejorar el país	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	15	38%
En buena medida	13	33%
Poco	9	23%
Nada	3	8%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 25: Cumplir obligaciones como ciudadano cumplir

obligaciones	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	26	65%
En buena medida	10	25%
Poco	3	8%
Nada	1	3%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 26: Para evitar pago de multas e intereses

evitar pago de multas e intereses	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	33	83%
En buena medida	4	10%
Poco	2	5%
Nada	1	3%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 27: Para evitar clausura del local

Para evitar clausura del local	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	35	88%
En buena medida	2	5%
Poco	2	5%
Nada	1	3%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 28: Por cultura tributaria

Por cultura tributaria	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	16	40%
En buena medida	16	40%
Poco	5	13%
Nada	3	8%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 29: Conocimiento de derechos y obligaciones

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Nada	1	3%
Poco	18	45%
Suficiente	9	23%
Mucho	12	30%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 30: Manera de realizar declaraciones

realizar declaraciones	Frecuencia	Porcentaje
Por cuenta propia	7	18%
Por ayuda de un contador	29	73%
Con ayuda de una consultora	2	5%
Con ayuda de un asesor tributario	2	5%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 31: Resultados obtenidos

Resultados	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	8	20%
Muy bueno	15	38%
Bueno	8	20%
Regular	2	5%
Total	33	83%
Sistema	7	18%
Total	40	183%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 32 Cambios que realiza el SRI en relación de los impuestos

reformas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	80%
Casi siempre	3	8%
A veces	1	3%
Ocasionalmente	1	33%
Nunca	3	8%
Total	40	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 33 inconvenientes para la inversión en el comercio mayorista

inversión	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	85%
No	6	15%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 34: inconvenientes en retrasos en el pago de los impuestos

pago de impuestos	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	8%
A veces	3	8%
Ocasionalmente	8	20%
Nunca	26	65%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 35: En los impuestos que paga cuál ha sido el que afecto su nivel de compras

nivel de compras	Frecuencia	Porcentaje
Anticipo de impuesto a la renta	27	68%
Impuesto al Valor Agregado	10	25%
Ninguno	3	8%
Total	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 36: Forma en que se exige el cumplimiento del pago de impuestos

forma de pago de impuestos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	18%
De acuerdo	9	23%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	20%
En desacuerdo	7	18%
Totalmente en desacuerdo	9	23%
Total	40	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 37: Valor del pago de impuesto a la renta de los últimos 5 años

	año 2013		año 2014		año 2015		año 2016		año 2017	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
0 - 5000	32	80%	32	80%	30	75%	30	75%	35	88%
5001 - 10000	5	13%	3	8%	5	13%	6	15%	1	3%
10001 - 15000	1	3%	3	8%	3	8%	2	5%	2	5%
25001 en adelante	2	5%	2	5%	2	5%	2	5%	2	5%
Total	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** Acosta, N; Pozo, A (2018)**Tabla 38: valor del pago de impuesto al valor agregado de los últimos 5 años**

	año 2013		año 2014		año 2015		año 2016		año 2017	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
0 - 5000	37	93%	34	85%	33	83%	33	83%	36	90%
5001 - 10000	2	5%	3	8%	4	10%	6	15%	3	8%
10001 - 15000	1	3%	2	5%	3	8%	1	3%	1	3%
25001 en adelante	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** Acosta, N; Pozo, A (2018)**Tabla 39: El valor en dólares de sus ventas en los últimos 5 años**

	año 2013		año 2014		año 2015		año 2016		año 2017	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Si	26	65%	22	55%	21	53%	22	55%	24	60%
No	14	35%	18	45%	19	48%	18	45%	16	40%
Total	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 40: ¿Cuál ha sido su volumen de ventas en dólares en los últimos 5 años?

	Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
0 - 50000	19	48%	20	50%	21	53%	18	45%	22	55%
50001 - 100000	12	30%	11	28%	7	18%	13	33%	9	23%
100001 - 150000	3	8%	3	8%	6	15%	3	8%	3	8%
150001 - 200000		0%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%
200001 - 250000	2	5%	2	5%	3	8%	3	8%	1	3%
250001 en adelante	4	10%	3	8%	3	8%	3	8%	5	13%
Total	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 41: Piensa que el valor de sus ventas se ven afectadas por el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23	58%
De acuerdo	8	20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	15%
En desacuerdo	1	3%
Totalmente en desacuerdo	2	5%
Total	40	1,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)

Tabla 42: Del total de sus ventas usted destina porcentaje para el pago de sus impuestos

	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	95%
No	2	5%
Total	40	1,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Acosta, N; Pozo, A (2018)



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERIA EN INFORMATICA

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: ACOSTA AGUIRRE NATALY GABRIELA
NIVEL/PARALELO: DÉCIMO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401848049
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: LA RELACIÓN DE LA ESTRUCTURA IMPOSITIVA EN LAS VENTAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS DEL CANTÓN TULCÁN

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. LUIS GARCÍA
LECTOR: MSC. JORGE MIRANDA
ASESOR: MSC. SONIA MALQUÍN

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 108
FECHA: lunes, 3 de septiembre de 2018
HORA: 08H00


Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa:	6,10
2) Trabajo escrito	2,60
Nota final de PRE DEFENSA	8,70

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 3 de septiembre de 2018


MSC. LUIS GARCIA
PRESIDENTE


MSC. SONIA MALQUÍN
TUTOR


MSC. JORGE MIRANDA
LECTOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: POZO MONTENEGRO MARJORE ALEJANDRA
NIVEL/PARALELO: DÉCIMO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401617451
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: LA RELACIÓN DE LA ESTRUCTURA IMPOSITIVA EN LAS VENTAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS DEL CANTÓN TULCÁN

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. LUIS GARCÍA
LECTOR: MSC. JORGE MIRANDA
ASESOR: MSC. SONIA MALQUÍN

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 108
FECHA: lunes, 3 de Septiembre de 2018
HORA: 08H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	6.10
2) Trabajo escrito	2.60
Nota final de PRE DEFENSA	8.70

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 3 de Septiembre de 2018

MSC. LUIS GARCÍA
PRESIDENTE

MSC. SONIA MALQUÍN
TUTOR

MSC. JORGE MIRANDA
LECTOR

