



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

TEMA

ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA EN LA BAJA RECAUDACIÓN DE LOS IMPUESTOS, GENERADA A TRAVÉS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA INFORMAL, QUE SE ENCUENTRA ORGANIZADA DENTRO DEL CASCO COMERCIAL DEL CANTÓN QUEVEDO PERIÓDO 2012

AUTOR

ADOLFO HERNÁN ELIZONDO SALTOS

TUTOR

ECON. NIVALDO VERA VALDIVIEZO, MBA

QUEVEDO, ECUADOR

2012

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Adolfo Hernán Elizondo Saltos, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

Adolfo Hernán Elizondo Saltos

CERTIFICACIÓN

Econ. Nivaldo Vera Valdiviezo, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifico que el egresado Adolfo Hernán Elizondo Saltos, realizó la Tesis de Grado titulada **Análisis de la incidencia en la baja recaudación de los Impuestos, generada a través de la actividad económica informal, que se encuentra organizada dentro del casco comercial del Cantón Quevedo periodo 2012.** Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Econ. Nivaldo Vera Valdiviezo
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA

TRABAJO DE INVESTIGACION PREVIO AL TITULO DE:
ECONOMISTA

Ing. Miguel Herrera V.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Julia Fajardo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Margarita Hullon
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR
AÑO 2012

RESPONSABILIDAD DEL TRABAJO

El presente trabajo de investigación con el tema análisis de la incidencia en la baja recaudación de los impuestos, generada a través de la actividad económica informal, que se encuentra organizada dentro del casco comercial del cantón Quevedo Periodo 2012, es de responsabilidad exclusiva del autor.

Egdo. Adolfo Hernán Elizondo Saltos
AUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a **Dios** por darme fuerza, iluminar mi vida y abrir pequeñas puertas cuando otras se me cierran. A mis queridos padres, inspiración de superación y lucha. A mis hermanos y amigos por ayudarme en estos momentos para continuar y salir adelante que me orientaron, por el camino del bien inyectándome sus sabios consejos, que me impulsaron a terminar todo lo que empiezo.

Adolfo Hernán Elizondo Saltos

AGRADECIMIENTO

Ser agradecido no significa devolver favor con favor, ni regalo con regalo sino más bien reconocer la calidad humana de las personas que nos honran con su DON.

En primer lugar dar gracias a Dios, el dador de todas las cosas y quien permite que todo ocurra, por permitirnos llegar a este momento.

A mis Padres, quienes con su apoyo emocional y económico, han hecho posible la realización de esta tesis y que por ende se constituye en un triunfo para ellos y el mio propio.

Especial tributo de agradecimiento a todas y cada una de las personas que contribuyeron con la realización de la presente tesis de grado.

Adolfo Hernán Elizondo Saltos

RESUMEN EJECUTIVO

El comercio informal se ha incrementado de manera acelerada como una alternativa de empleo y como la obtención de un ingreso económico adicional que ayude a la satisfacción de las necesidades básicas de nuestra población. Es por ello que esta tesis muestra una investigación de campo realizada en el casco central del cantón Quevedo, la cual permite conocer la situación actual del comercio informal y la capacidad que tienen los comerciantes para llevarlo a cabo.

Como un aporte para esta solución se ha realizado este trabajo investigativo **ANALISIS DE LA INCIDENCIA EN LA BAJA RECAUDACION DE LOS IMPUESTOS, GENERADA A TRAVÉS DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA INFORMAL, QUE SE ENCUENTRA ORGANIZADA DENTRO DEL CASCO COMERCIAL DEL CANTON QUEVEDO PERIODO 2012**, estructurado en diferentes capítulos que contienen lo siguiente:

Con el estudio de campo realizado se pudo observar que los comerciantes utilizan el dinero en otras actividades y no llevan un control contable adecuado también existe una parte que no le prestan mucha importancia al momento de hacer sus declaraciones.

Los comerciantes informales pagan un tributo diario al municipio por la ocupación de la vía pública también hacen sus declaraciones anuales mediante el RISE y pagan una patente de higiene y una patente municipal sumando una contribución anual de \$14.976

Las causas que motivan la baja de impuestos en el sector informal a que para el 40% existe crisis económica, el 30% considera que evade impuestos, mientras otro 30% explica que no tiene legalizado el negocio.

ABSTRACT

Informal trade has increased so rapidly as an alternative employment as obtaining an additional income to help meeting the basic needs of our population. That is why this thesis shows a field research in the central town of Quevedo Canton, which provides information on the current situation of informal trade and the ability of traders to carry it out.

As a contribution to this solution has made this research work "**ANALYSIS OF THE IMPACT ON THE LOWER tax collections, generated through informal economic activity, that is organized Inboard QUEVEDO CANTON TRADE PERIOD 2011**", structured in different chapters containing the following:

In the field study we observed that traders use the money on other activity is and do not have adequate accounting control there is also apart that does not pay much importance when making their statements.

Informal traders pay daily tribute to the municipality by the occupation of public roads also make their annual returns by paying patent RISE and hygiene and a municipal license adding an annual contribution of \$ 14,976.

The causes for the low taxes in the informal sector to 40% for the economic crisis there, 30% believe that evade taxes, while another 30% said they have not legalized the business.

ÍNDICE

	Pág.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
APROBACIÓN	iii
RESPONSABILIDAD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
SUMMARY	viii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	xiii
DUBLIN CORE	xiv
I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. Justificación.....	3
1.3. Problematización	4
1.3.1. Diagnostico	5
1.3.2. Formulación del problema	5
1.3.3. Sistematización del problema	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo General	6
1.4.2. Objetivos específicos.	6
1.5. Hipótesis	7
II. MARCO TEORICO.....	8
2.1. Investigación de Mercados.....	9
2.1.1. Etapas de un estudio de mercado.....	8
2.1.1.1. Fuentes de datos	11

2.1.2.	Calculo del tamaño de la muestra.....	12
2.1.3.	Tamaño de la muestra	12
2.1.4.	Recepción y depuración de cuestionarios.....	14
2.1.5.	Incidencia.....	17
2.1.6.	Estudios de la Informalidad en Ecuador	18
2.1.7.	Información Tributaria	23
2.1.8.	Impuesto a la Renta	24
2.1.9.	Impuesto al Valor Agregado.....	25
2.2.	Impuesto a los Consumos Especiales	26
2.2.1.	Impuestos Prediales.....	27
2.2.2.	Cultura tributaria.....	27
2.2.3.	Economía informal o sumergida.	30
2.2.4.	Comercialización.....	32
2.2.5.	Tipos de mercados.....	34
2.2.6.	Mercado y competencia perfecta	34
2.2.7.	El funcionamiento de los mercados en competencia perfecta	36
2.2.8.	La competencia perfecta y la eficiencia económica	37
2.2.9.	Mercados de competencia imperfecta o monopolística.....	37
2.3.	Denominaciones y tipos de mercado	37
2.3.1.	Por su naturaleza	38
2.3.2.	El trabajo informal, economía informal	42
2.3.3.	Nacimiento de la economía informal	43
2.3.4.	Operatoria De La Economía Informal.....	44
2.3.5.	Clasificación de la economía informal.....	46
2.3.6.	Funcionamiento de la economía informal.....	48
2.3.7.	Importancia de la comercialización en el mercado informal.....	51
2.3.8.	Sistema de comercialización o marketing	52
2.3.9.	Estrategia comercial de las unidades de negocio informal.....	53
2.4.	Reseña sobre la economía informal y su organización en América latina	55
2.4.1.	La economía Informal y su definición.....	57

2.4.2.	Evoluciones de mercados laborales formales e informales en Ecuador.....	58
2.4.3.	¿Cuáles son los factores que explican la evolución de los mercados laborales formales e informales?.....	59
2.4.4.	Trabajadores del sector informal.....	60
2.4.5.	Trabajadores del sector formal.....	62
III.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	63
3.1.	Localización	63
3.2.	Métodos de Investigación	63
3.3.	Tipo de Investigación	63
3.4.	Instrumentos utilizados.....	64
3.5.	Diseño de la investigación.....	64
3.5.1.	Encuesta.....	65
3.6.	Población y muestra.....	65
3.7.	Muestra	66
3.8.	Resultados y discusión	67
3.9.	Materiales.....	67
IV.	MARCO ADMINISTRATIVO	68
4.1.	Cronograma.....	68
4.2.	Presupuesto.....	69
V.	RESULTADOS	70
5.1.	Teoría económica y recaudación tributaria	70
5.2.	El Sector Informal dentro del casco comercial del Cantón Quevedo.....	71
5.2.1.	Características del sector Informal.....	71
5.2.2.	Investigación de Campo.....	73
5.3.	La Recaudación Tributaria del Sector Informal	94
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
6.1.	CONCLUSIONES	95
6.2.	RECOMENDACIONES	96
VII.	BIBLIOGRAFIA	97
6.1.	Lincografía.....	99
	ANEXOS	100

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Pág.
1	Características del sector informal	7
2	Nivel de educación	7
3	Conocimientos e tributación	7
4	Procedimientos para declarar impuestos	7
5	Ingresos para pagar impuestos	7
6	Cancelación de impuestos	7
7	Causas de pagos atrasados	7
8	Razones de no pagar impuestos	7
9	Frecuencia en el atraso de pago de impuestos	8
10	Como solucionar problemas de impuestos	8
11	Tipo de contribuyente	8
12	Tipo de actividad que realiza	8
13	Convenios mediante universidad y el comercio	8
14	Información sobre tributación	8
15	Conocer mas sobre tributación	8
16	Capacitación sobre tributación	8
17	Institución que brindo la capacitación	8
18	Capacitación recibida	8
19	Capacitación constante	9
20	Implementación de las oficinas del SRI	9
21	Atención recibida en el SRI	9
22	Contribución al desarrollo del país	9
23	Recaudación de impuestos anualmente	9

INDICE DE FIGURAS

Figura		Pág.
1	Nivel de educación	7
2	Conocimientos e tributación	7
3	Procedimientos para declarar impuestos	7
4	Ingresos para pagar impuestos	7
5	Cancelación de impuestos	7
6	Causas de pagos atrasados	7
7	Razones de no pagar impuestos	7
8	Frecuencia en el atraso de pago de impuestos	8
9	Como solucionar problemas de impuestos	8
10	Tipo de contribuyente	8
11	Tipo de actividad que realiza	8
12	Convenios mediante universidad y el comercio	8
13	Información sobre tributación	8
14	Conocer mas sobre tributación	8
15	Capacitación sobre tributación	8
16	Institución que brindo la capacitación	8
17	Capacitación recibida	8
18	Capacitación constante	9
19	Facilidades que ofrece el SRI	9
20	Atención recibida en el SRI	9
21	Contribución al desarrollo del país	9

INDICE DE ANEXOS

Anexo		Pág.
1	Fotos.....	10
2	Modelo de cuestionario para la entrevista que se realizó a los comerciantes.....	103

ESQUEMAS DE CODIFICACION			
1	Titulo	M	Análisis De La Incidencia En La Baja Recaudación De Los Impuestos, Generada A Través De La Actividad Económica Informal, Que Se Encuentra Organizada Dentro Del Casco Comercial Del Cantón Quevedo Periodo 2012.
2	Creador	M	Elizondo Adolfo, Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia	M	Carrera de Economía, Análisis de la incidencia en la baja recaudación de impuestos generada a través de la actividad económica informal.
4	Descripción	M	La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, en el casco central del Cantón Quevedo. Específicamente en el sector informal.
5	Editor	M	FCE: Carrera de Economía
6	Colaborador	O	Ninguno
7	Fecha	M	23-10-2012
8	Tipo	M	Tesis de Grado
9	Formato	R	Documento de Word; pdf.
10	Identificador	M	http://biblioteca.uteq.
11	Fuente	O	Investigación Análisis de la incidencia sobre la baja recaudación de impuestos generada a través de la actividad económica informal que se encuentra organizada dentro del casco central del cantón Quevedo año 2012.
12	Lenguaje	M	Español
13	Relación	O	Ninguno
14	Cobertura	O	Proyectos de Investigación
15	Derechos	M	Ninguno
16	Audiencia	O	Trabajo de Investigación/ Economía

(DUBLIN CORE)

1	Title	M	Analysis of the incidence in the low collection of taxes, generated through informal economic activity, that is organized trade In board Quevedo Canton Period 2012
2	Creator	M	Adolfo Elizondo, Quevedo State Technical University
3	Subject	M	School of Economics and Finance, Analysis of the incidence in the low tax collection generated through informal economic activity.
4	Description	M	This research was conducted in the canton Quevedo, Los Rios Province, in the central town of Quevedo Canton. Specifically in the informal sector.
5	Publisher	M	FCE: RaceEconomy
6	Contributor	O	None
7	Date	M	23-10-2012
8	Type	M	Thesis
9	Format	R	Word document, pdf.
10	Identifier	M	http://biblioteca.uteq .
11	Source	O	Research Analysis of the impact on low tax collection generated through informal economic active ty is organized within the central town of Quevedo Cantonin 2012
12	Lenguaje	M	Spanish
13	Relation	O	None
14	Coverage	O	Feasibility Study-Investment Projects.
15	Rights	M	Ninnoneguno
16	Audience	O	Research Work/Economy

I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN.

La economía ecuatoriana ha vivido diferentes etapas en el área de tributación, por ejemplo desde el año 2007 la recaudación se incrementó en un aproximado de 5,000 millones de dólares en relación al año 2002, estos datos representan una tasa de crecimiento del 10% anual según un análisis realizado por el Centro de Investigaciones de la Escuela Politécnica del Litoral, tasa que se refleja a nivel local.

Si bien es cierto los resultados en tributación en los actuales momentos en el Ecuador son atractivos, también es bien cierto que no se ha logrado interiorizar en los ciudadanos una profunda cultura ciudadana en tributación, todavía existe incumplimiento y evasión, en la provincia de Los Ríos y localidades pequeñas donde los ciudadanos y ciudadanas que ejercen algún acto de comercio tienen temor a la tributación, ven a esta como un agente que merma sus ingresos y no como una institución aleada para recaudar dinero que se revierten en obras y servicios para el bien común.

Con este trabajo de investigación se pretende aportar con análisis de por qué la cultura tributaria en nuestra provincia y cantón todavía no es una práctica cotidiana económica en las familias y con datos sobre los valores recaudados en años anteriores a la presente fecha en Los Ríos y en el cantón Quevedo,

además una propuesta de cómo promover una cultura ciudadana de tributación sostenible en nuestra ciudad.

1.2. Justificación

Este estudio surge ante la necesidad de determinar las causas de por qué la ciudadanía que ejerce algún tipo de transacción comercial no declara a tiempo sus tributos o los evade.

En el cantón Quevedo no existen políticas locales de promoción de una cultura ciudadana de recaudación de impuesto, las estrategias desarrolladas no son lo suficientemente efectivas esto quiere decir que llegan hasta la parte urbana y no a los barrios y sectores urbano marginales.

Las estrategias comunicacionales son circunstanciales y responden a necesidad de cumplimiento de la programación de la institución rectora y no a la necesidad que tiene el ciudadano de responder responsablemente al país en el tema de los impuestos.

Existe una desvinculación entre el órgano recaudador y la comunidad la ciudadanía no está lo suficientemente informada sobre el sistema de tributación y los beneficios para el país, hay vacíos profundos en los canales de información, no se utilizan métodos andragógicosⁱ, no se ha hecho un análisis situacional de la realidad tributaria en el cantón oficinas se Quevedo, quedan esperando al contribuyente y no salen a buscar al contribuyente, ah sensibilizarlo a educarlo, los contribuyentes ven al SRI como un enemigo además le temen.

Cabe decir que el desarrollo y crecimiento del país se debe en gran parte al aporte de los impuestos recaudados en cada sector o zona, el dinero generado se invierte directamente en obras de infraestructura vial, educativa de salud, etc. Generando además empleos y dinamizando la economía.

1.3. Problematización

En nuestro país existen, por así decirlo varias actividades y sectores económicos, que ya sea por acción u omisión no tributan al Estado, esto debido a varios factores, consecuencia de ello no se encuentran registradas en la base de contribuyentes del Servicio de Rentas Internas, por lo que contravienen la normativa vigente.

Cabe enfatizar que en su mayoría son personas con poco grado de aprendizaje educativo, y de condición social baja, por lo tanto desconocen el tratamiento y el destino de las recaudaciones, esto se origina porque gran parte de la población aun siente ese temor a pagar impuestos, o que simplemente desconocen el tema tributario.

Otro hecho importante es la falta de información, si bien la Administración Tributaria a través el Servicio de Rentas Internas efectúa la socialización y difusión acerca de las obligaciones tributarias que tienen las personas para con el Estado; lamentablemente estas medidas no tienen el efecto deseado, ya que crear una conciencia y una cultura tributaria, no se da de la noche a la mañana, mas al contrario es una labor muy ardua que se la debería impartir desde el hogar.

Como consecuencia de todo ello emerge la evasión tributaria, en nuestro país el alto índice de desempleo que existe en la población busca generar ingresos por diversas actividades de manera informal y que por el desconocimiento creen que no están obligados a pagar sus impuestos.

En otro orden de ideas, es obvio que el aspecto educativo es una variable fundamental en el momento de buscar un cambio paradigmático en el proceder general de una colectividad, una región, un pueblo y hasta de una nación y un país. Por eso se habla de la formación, más que educación. En consecuencia los factores más importantes para que se generen todos estos hechos, es la

ausencia de cultura y conciencia tributaria. Varias son las estrategias que ha utilizado el Sistema de Rentas Internas en nuestro país y en nuestro cantón para incrementar la recaudación, estrategias que en su debido tiempo y en ciertos sectores han dado muy buenos resultados pero no los suficientes para lograr un porcentaje óptimo de contribuyentes al día y sin evasión.

1.3.1. Diagnóstico

Es necesario implantar una planeación estratégica entre los comerciantes informales con una adecuada participación de todos los miembros, mediante una comunicación efectiva y compromiso de todos.

1.3.2. Formulación del problema

¿De qué forma la actual cultura tributaria incide en el nivel de recaudaciones de impuestos en el cantón Quevedo?

1.3.3. Sistematización del problema

¿Al mejorar la cultura tributaria coadyuvará a optimizar el nivel de recaudación de impuestos?

¿Garantizar que los objetivos planteados en la investigación con respecto al sector informal se cumplan?

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar la incidencia en la baja recaudación de los impuestos, a través de la actividad económica informal, dentro del casco comercial del cantón Quevedo.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Analizar el comportamiento ciudadano en el cantón Quevedo en relación al pago de los impuestos del sistema de rentas internas del Ecuador.
- Identificar el nivel de recaudación tributaria que se genera en el Cantón Quevedo con referencia al sector informal.
- Desarrollar el estudio de mercado para conocer las causas que motivan la baja recaudación de impuestos en el sector informal.

1.5. Hipótesis

La baja recaudación de los impuestos a través de la actividad económica informal es generada por la falta de una información tributaria y las disminuciones en las ventas que existen entre los comerciantes informales.

- **Variable dependiente**

La baja recaudación de impuestos

- **Variable independiente**

La falta de información tributaria y las disminuciones en las ventas

2. MARCO TEORICO

2.4. Investigación de Mercados

BENASSINI (2009): Llamamos investigación de mercados al diseño, obtención, análisis y síntesis sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que una organización enfrenta.

La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los datos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercado ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas, oportunidades, evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing.

En el caso de las organizaciones públicas, la investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno, a fin de tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.4.1. Etapas de un estudio de mercado

Su realización requiere generalmente un proceso largo y laborioso, en el que pueden diferenciarse diversas etapas:

1. Necesidades de información
2. Tipo de estudio más adecuado
 - Instrucciones/ briefing

3. Estudio preliminares

- Definición objetivos
- Investigación preliminar
- Análisis situación

4. Preparación del estudio

5. Investigación real

- Fuentes de datos
- Diseño muestra
- Elaboración cuestionarios
- Trabajo de campo

6. Trabajos finales

- Depuración
- Informe

7. Presentación

Estudios preliminares

Los estudios preliminares tienen como objeto sentar las bases del futuro trabajo.

Análisis de la situación

En principio, realizamos un análisis de la situación, manejando toda la información disponible para obtener una panorámica completa de la organización acerca de:

- **La empresa y el sector.** Su evolución, productos con los que opera, su importancia en el sector, problemas que ha tenido en otros tiempo, soluciones que se aportaron, etc.
- **El mercado y los clientes.** Análisis sobre la distribución geográfica del mercado, variaciones de la venta, tipología de la clientela, etc.
- **Organización comercial.** Canales de distribución que se siguen, rendimiento de la red de ventas, márgenes con los que se opera, descuentos ofrecidos, bonificaciones, etc.
- **Posicionamiento en la red.** Motivado por la gran importancia que la red aporta a las compañías; habrá que realizar un informe comparativo de su situación con respecto a la competencia; tanto en el mercado nacional como en el internacional, aunque no tuviese implantada.

Para realizar un completo y exhaustivo análisis de la situación hemos de obtener un ¡histórico! con los datos mencionados anteriormente; esto significa que deberemos contar con información de los tres o cinco años anteriores, dependiendo del grado de rigor y profundidad que deseemos implementar al estudio.

Investigación preliminar

Este trabajo se realiza desde la propia oficina, sin tener necesidad de salir a la calle; no siempre tiene que ser exhaustivo, ya que el conocimiento de la empresa y los estudios anteriores que se han realizado o se vengán realizando periódicamente son suficientes para permitirse pasar a posteriores fases. No obstante, en caso de duda o no utilidad, debe realizarse de nuevo a partir de bases correctas y actuales.

Conviene que los responsables de la realización de los cuestionarios e informes mantengan conversaciones y entrevistas a diferentes niveles, no sólo para descubrir nuevas hipótesis, sino para confirmar los puntos estudiados

anteriormente. Con esta segunda sub. Fase quedan fijadas claramente las directrices que habrán de presidir la ejecución del trabajo.

2.4.1.1. Fuentes de datos

SAPAG (2007). La labor previa a toda la investigación debe ser siempre el análisis y recopilación de toda la información que se pueda obtener en relación con los problemas que se pretenden investigar, aunque el mercado existe una serie de informes monográficos, datos estadísticos, estudios de organismos públicos y asociaciones, etc. Que están a disposición del analista, que constituyen una fuente muy valiosa y que en la mayoría de los casos no se suelen utilizar, pesar de la inmediatez con que se consiguen, amén de la información que puede obtenerse en la red, que día a día aumenta exponencialmente.

Una vez elegidas las posibles fuentes de datos, hemos de valorarlas, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Grado de fiabilidad.
- Origen de la fuente.
- Grado de obsolescencia.
- Validez contrastada.

Las fuentes de datos las podemos dividir en internas y externas. Internas son aquellas cuya información obtenida emana de la propia empresa. Éste es el caso más favorable para los equipos investigadores, ya que la actualización permanente de los datos que posee la propia empresa es una valiosa fuente de información. Externas son aquellas que provienen de diferentes organismos ajenos a la empresa, publicaciones, Internet, etc.

2.4.2. Cálculo del tamaño de la muestra

MOCHON (2008). Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.4.3. Tamaño de la muestra

MOCHON (2008). La muestra es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse al mismo, y con la condición de que sean representativos de la población. El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Del nivel de confianza con el que se desea el error.
- Del carácter finito o infinito de la población.

Las fórmulas generales que permiten determinar el tamaño de la muestra son las siguientes:

- Para poblaciones infinitas (más de 100.000 habitantes):

$$n = \frac{N}{Z^2 (n-1) + 1}$$

- Para poblaciones finitas (menos de 100.000 habitantes):

$$n = \frac{Z^2 P x Q}{E^2} + 1$$

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z^2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor sigma 2, luego $Z = 2$.

E = Margen de error permitido (a determinar por el director del estudio).

Cuando el valor de P y de Q no se conozca, o cuando la encuesta se realice sobre diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser diferentes, es conveniente tomar el caso más favorable, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, lo cual ocurre para $P = Q = 50$, luego, $P = 50$ y $Q = 50$. En mi larga trayectoria profesional siempre he visto los valores $P \times Q$ como 50×50 .

Elaboración del presupuesto/ guía de tópicos

Conocidas las fuentes donde van a buscarse los datos, se elabora el cuestionario teniendo en cuenta las características de la fuente elegida. Es esta una cuestión de suma importancia, pues una adecuada realización del cuestionario puede eliminar, o al menos reducir, muchas de las causas que ocasionan fallos en una encuesta.

El cuestionario no solo debe permitir una correcta plasmación de la información buscada, sino que también tiene que ser diseñado de tal forma que facilite al máximo las posibilidades de un tratamiento cualitativo de los datos recogidos, ya que en los estudios cualitativos se denominan quías de tópicos.

Dentro del cuestionario, se pueden realizar diferentes tipos de preguntas:

- **Abiertas y cerradas.** Abiertas son aquellas en que el entrevistado puede dar libremente su respuesta. Por el contrario, en las cerradas el entrevistado debe elegir una o varias.
- **Preguntas para ordenar.** En ellas se pide al entrevistado que según su criterio coloque por orden los términos que se le indican.
- **Preguntas en batería.** Constituyen un conjunto de cuestiones o interrogantes que, en realidad forman una sola pregunta, con el objetivo de obtener una respuesta concreta.
- **Preguntas proyectivas.** Se pide la opinión al entrevistado sobre una persona, marca o situación que se le muestre.
- **Preguntas de control.** Sirven para proporcionar una idea de la verdad y sinceridad de la encuesta realizada, es conveniente incluir una o dos en todo cuestionario. En el caso de detectar en las preguntas de control falsedad de criterio, se ha proceder a la eliminación de todo ese cuestionario.

Trabajo de campo

Los trabajos de campo están dentro de la fase en la que se realizan las entrevistas. Es muy frecuente hacer, antes de los trabajos decampo propiamente dichos, una encuesta piloto que sirve para probar tanto el material de trabajo (cuestionarios, direcciones, instituciones.) como la organización general y el grado de aptitud y de entrenamiento de los agentes entrevistados. Para ello es necesario disponer de un personal eficiente y preparado: entrevistados, jefes de grupo y supervisores o inspectores.

2.4.4. Recepción y depuración de cuestionarios

BENASSINI (2010). Una vez que los cuestionarios llegan al departamento técnico, se supervisan uno a uno en la fase denominada ¡depuración¡ que tiene como misión asegurarse del comportamiento y la conducta que mantuvo el entrevistados ,así como la del entrevistado y comprobar que ambos han sido correctas, y por tanto no han dado lugar a fallos que ocasionarían errores en las estimaciones. La conducta de los entrevistadores puede resultar incorrecta por alguna de las siguientes causas (variables contaminadoras):

- Por la no realización de algunas de las entrevistas, cumplimentando los cuestionarios falsamente.
- Las entrevistas se realizan, pero solo se hacen las preguntas claves, de tal manera que una vez conocida la postura general del entrevistado, las restantes cuestiones son cumplimentadas por el entrevistador.
- Las entrevistas se han hecho pero no a la persona adecuada.

Para disminuir la posibilidad de que sucedan estas cosas, el supervisor o jefe de equipo debe repetir algunas de las entrevistas y comprobar que todo se hizo correctamente, así como aclarar cualquier detalla que este incompleto o induzca a error. Si se comprueba la falsedad total o parcial de un cuestionario, se han de revisar todos los efectuados por el mismo agente. Una vez depurados los cuestionarios, el supervisor estampara su visto bueno en todos para someterlos a la tabulación.

Codificación y tabulación

El proceso de tabulación consiste esencialmente en el tratamiento informático de los datos contenidos en los cuestionarios. Sin embargo también se incluyen en este proceso todas aquellas operaciones encaminadas a la obtención de resultados numéricos relativos a los temas de estudio que se tratan en los cuestionarios.

La tabulación puede ser tratada de forma manual o informática. Aunque la primera está totalmente en desuso, se efectúa a nivel particular o cuando el cuestionario es deducido y se realiza mediante el punteo o simple recuento de los datos. Se debe tabular informáticamente, ya que la información que se recoge en las encuestas es muy amplia y exige, para su eficaz utilización, la realización de múltiples clasificaciones combinadas entre variables.

Informe final

Los investigadores pueden dedicar un tiempo considerable y mucho dinero de la firma para llevar a cabo una tarea, estar entusiasmados porque los resultados apuntan claramente hacia conclusiones importantes. Dedicar mucho esfuerzo para producir un informe realmente valioso. Los resultados se envían al principal directivo de la empresa: ¿quien leyó el borrador de este trabajo? He encontrado tres errores de ortografía en el informe.

Algunas veces las presentaciones son demasiado largas, otras, muy cortas a veces se busca de gráficos, por ello e independientemente de a quien vaya dirigido el informe se han incluido las principales características que deben servirnos para presentarlo:

- La portada debe dar a conocer el tema sobre el que versa el informe, para y por quien ha sido preparado, así como la fecha en la que se ha terminado (mes y año solamente).
- En la introducción se explicaran los motivos por los que se ha llevado a cabo la tarea, el objetivo previsto en el estudio, así como el equipo que ha colaborado.
- El cuerpo del informe comenzara con una exposición de los problemas que se van a investigar y las hipótesis sobre las cuales se apoyara la investigación. A continuación se describirán los métodos empleados, fuentes de información, forma de establecer la muestra tipo de cuestionarios y el número y clase de investigadores que participen.
- Los resultados se presentaran en tablas y gráficos que expliquen las relaciones existentes entre las diversas variables analizadas.
- A continuación se indicaran el resumen final y las conclusiones, para añadir con posterioridad las recomendaciones, indicándose las acciones y normas que se deberán seguir a la vista de los resultados y la bibliografía.

- La presentación puede ser indistintamente en Power Point y Word.

2.4.5. Incidencia

MIRANDA (2005). Desde la era del feudalismo y quizá mucho antes se ha efectuado la recaudación de impuestos, tributos, en donde el sistema dependía enteramente de la voluntad y arbitrariedad de un rey, señor feudal o administrador, el cual se convertía en único beneficiario de las aportaciones de sus “súbditos” y en honor a dicha actividad se cometían un sin número de atropellos y violaciones a la propiedad de estos últimos.

La historia ha cambiado, la evolución de la idea de una sociedad que busca bienestar, igualdad, respeto y otros principios para sus integrantes hacen que los tributos sean canalizados a través de un “justo” administrador, en este caso el gobierno de un Estado. Quienes acorde a su buen criterio y conocimiento deberán asignar los tributos y con ellos cubrir las necesidades básicas de su pueblo.

“Los tributos, además de ser medidos para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional”.

Dicha contribución servirá para cubrir los gastos generados por las actividades administrativas y presupuestadas propias de una nación o economía, en donde existen reglas, leyes, normas que regulan y controlan la actividad de recaudación. Normativas que protegen los derechos de los contribuyentes y castigan las infracciones de los mismos, las cuales se contienen principalmente dentro de dos grandes cartas legales, que serán revisadas a través de este capítulo.

La estructura tributaria ecuatoriana se ha caracterizado por su complejidad, y por constantes reformas. Un experto argentino concluyó que el sistema

tributario ecuatoriano está basado sobre pilares adecuados, pero que a pesar de ello, tiene problemas debido al abuso de exenciones y de otros incentivos tributarios, la alta informalidad y la tributación más pesada del sector formal que estimula el crecimiento de la informalidad.

La Provincia de Los Ríos tiene una población de 778.115, de los cuales el cantón Quevedo posee 173.575 habitantes entre urbanos y rurales.

Una evaluación de los costos de cumplimiento tributario en el que incurre un “pequeño contribuyente” que realiza actividades relacionadas al Comercio por Mayor y Menor. Se revela las posibles razones por las que los “pequeños contribuyentes” recurren a la informalidad, desde el punto de vista del comerciante. Se reportan y evalúan las principales fuentes de costos de tributación para los “pequeños contribuyentes” relacionados a actividades de Comercio por mayor y menor en la provincia de Los Ríos.

2.4.6. Estudios de la Informalidad en Ecuador

TORRES (2010). El Proyecto de Ley de Defensa de los Comerciantes Minoristas y Trabajadores Autónomos (Octubre 2008), señala lo siguiente: En el Ecuador existen, aproximadamente, 2'600.000 hombres y mujeres que sobreviven y mantienen a sus familias a través del trabajo informal; ellas y ellos no se encuentran bajo relación de dependencia y desarrollan todo tipo de estrategias de sobrevivencia como resultado de la globalización y la flexibilización laboral; tales estrategias generan desempleo y desprotección.

Éstas incluyen: el trabajo ambulante por cuenta propia, la prestación de servicio a domicilio, entre otras. Un gran porcentaje de estos trabajadores son mujeres adolescentes y niños/as. Estas modalidades de trabajo precario, no reconocidas, están al margen de la protección del Estado y, por ello, han sido los sectores más vulnerables tanto en la violación de sus derechos cuanto en sus precarias condiciones de vida. Los trabajadores informales representan el 41% de la población económicamente activa y de ella dependen miles de familias del Ecuador. La economía informal como un nuevo suceso socioeconómico y social obedece a dos aspectos:

a) El coyuntural, por el cual, la economía formal y el aparato productivo de bienes y servicios han sido incapaces de proporcionar empleo estable y bien remunerado a los trabajadores, en general y a los jóvenes y mujeres que se incorporan cada año al mercado de trabajo, situación que se agudiza por los programas de reajuste económico, las migraciones internas y externas, sobre todo, a la gran ciudad, provenientes del campo o de las ciudades pequeñas y marginales y la aplicación indiscriminada de las nuevas tecnologías del aparato productivo.

b) El estructural, que determina que la economía informal persista y se extienda, no sólo por un insuficiente desarrollo industrial, sino como consecuencia de la crisis del capitalismo. Para los trabajadores de la economía informal, esta actividad ha sido la vía para satisfacer sus necesidades elementales. No es posible negarle sus derechos a más del 40% de la población que hace de esta actividad su única fuente de sustento. El indicado proyecto pretende reconocer y proteger el trabajo autónomo en los espacios públicos determinados; prohibir toda forma de decomiso, confiscación, privación, retención, incautación, apropiación, expropiación, requisa, desposeimiento, dispuestos mediante ordenanzas municipales de los productos, materiales, equipos, herramientas y/o capital de trabajo de los trabajadores autónomos por cuenta propia, comerciantes minoristas, vendedores ambulantes y microempresarios. Las ordenanzas municipales, decretos ejecutivos, reglamentos o leyes que establezcan estas medidas quedan sin efecto jurídico.

Las administraciones de las dos principales ciudades del país: Quito y Guayaquil, han expedido sus propias disposiciones entorno a la informalidad, así, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en el Plan Maestro para Reorganización del Comercio Informal, prohíbe el trabajo informal en espacios públicos no regulados para el efecto.

A fin de recuperar el espacio público en el área histórica patrimonial, el Municipio, a través de la Unidad Ejecutora del Comercio Popular, asume el proyecto de Reordenamiento y Modernización del Comercio Informal desde el año 2003, bajo una dimensión de respeto hacia los comerciantes minoristas, a

fin de procurarles una alternativa digna de trabajo. Este proyecto ha contribuido significativamente a la recuperación y conservación del Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad mediante la reubicación de más de 5.500 comerciantes informales que ocupaban las calles del Centro Histórico de Quito, en cómodos y modernos centros comerciales ubicados en el norte, centro y sur de la ciudad. Los “Centros Comerciales del Ahorro”, actualmente, son administrados por el FONSAL a través de la Unidad Ejecutora del Comercio Popular; hoy en día, estos centros comerciales se han convertido en una alternativa para comprar y ahorrar.

Guayaquil dispone de una ordenanza aprobada el 29 de abril de 2006, para el funcionamiento de los mercados informales. En el transcurso de los últimos catorce años ha retirado de las calles del centro de Guayaquil, del Mercado Sur, del Mercado de Caraguay, las Cuatro Manzanas y otros, alrededor de treinta mil comerciantes informales y los ha reubicado dentro de la red de Mercados Municipales. En la actualidad, la ciudad se ve enfrentada a reclamos de este sector que solicita el poder utilizar nuevamente las vías y espacios públicos.

Para el Gobierno, es sencillo adjudicar el problema a la crisis financiera mundial, sin embargo, éste puede relacionarse directamente con sus políticas, algunas de ellas agravantes del desempleo. El Gobierno del Economista Rafael Correa, aumentó la rigidez laboral en un país que ya tenía uno de los mercados laborales más regulados del mundo. Según el Banco Mundial, el Ecuador ostenta la posición 171 de 180 países en el índice de flexibilidad laboral de Haciendo Negocios 2009. El Banco Mundial señala en su informe económico de América Latina y El Caribe 2008 - 2009 que la participación laboral en las zonas urbanas disminuyó del 61,2% al 60,1%, mientras que la contracción de la tasa de ocupación fue menor (del 56,8% al 56,0%), de manera que la tasa de desempleo se redujo moderadamente (del 7,4% al 6,9%). Esta mano de obra desocupada se traslada al sector informal.

QUEVEDO

Esta Ubicado: centro-norte de la provincia de Los Ríos

Tiene una Extensión: 302.8 Km²

Parroquias:

El Cantón Quevedo está integrado por nueve parroquias urbanas: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, Siete de Octubre, 24 de Mayo y Viva Alfaro; y dos rurales: San Carlos y La Esperanza.

La Población Económicamente Activa (PEA) de:

173.575 (86.821 hombres y 86.754 mujeres)

Principales Productos:

Explotación de bosques y palma africana, cultivo de banano, cacao, soya, maíz y frutas en general.

Instituciones Financieras:

Bancos: Bolivariano, Guayaquil, Machala, Pichincha, Internacional, Fomento y Produbanco.

Cooperativas:

De Ahorro y Crédito 29 de Octubre, De Ahorro y Crédito Quevedo Ltda., Cacpeco, Finca.

Su estratégica ubicación geográfica permite a Quevedo adoptar a emigrantes provenientes del resto del Litoral como de la Sierra ecuatoriana, así también extranjeros, tales como el fenómeno de migración de chinos, albergando a la Colonia China más grande del país.

Su cálido clima y la fertilidad de su suelo, permite desarrollar una gran variedad de cultivos, que van desde el banano, arroz, maíz, cacao hasta la palma africana (materia prima del caucho). Esta fertilidad se la relaciona al extenso

sistema de riego natural, producto de su principal río, afluentes y riachuelos que se extienden a lo largo de la zona. En el cantón se encuentran un sin número de oficinas o sucursales de importantes compañías transnacionales propietarias de bananeras y más, las cuales manejan desde la ahí sus propiedades en el perímetro cantonal, y en muchos casos provincial.

Esta ciudad es eje o paso obligatorio de viajeros y mercancías del Norte al Sur del país, de sierra a costa, debido a su cercanía con 3 provincias, Guayas Manabí y Pichincha, característica que permite desarrollar una actividad comercial más acelerada que la misma capital de la provincia. Lo que se evidencia con la concentración de población, locales comerciales e inclusive con los catastros del SRI.

Si bien es cierto los resultados en tributación en los actuales momentos en el Ecuador son atractivos, también es bien cierto que no se ha logrado interiorizar en los ciudadanos una profunda cultura ciudadana en tributación, todavía existe incumplimiento y evasión, sobre todo en la provincias y localidades pequeñas donde los ciudadanos y ciudadanas que ejercen algún acto de comercio tienen temor a la tributación, ven a esta como un agente que merma sus ingresos y no como una institución aleada para recaudar dinero que se revierten en obras y servicios para el bien común.

Con este trabajo de investigación se pretende aportar con análisis de por qué la cultura tributaria en nuestra provincia y cantón todavía no es una práctica cotidiana económica en las familias y con datos sobre los valores recaudado en años anteriores a la presente fecha en Los Ríos y en el cantón Quevedo, además una propuesta de cómo promover una cultura ciudadana de tributación sostenible en nuestra ciudad.

2.4.7. Información Tributaria

TORRES (2010). En general, cualquier empresa que haga negocios en Ecuador está sujeta a tributación por sus transacciones y actividades a través de los impuestos a la renta, al valor agregado, y a los consumos especiales, y otros tributos aplicables de carácter seccional. Las empresas también están sujetas a tributación sobre los inventarios y valores que tengan.

Una compañía es considerada residente en el Ecuador, y por lo tanto sujeta a tributación sobre sus ingresos gravables en el mundo, cuando ha sido establecida y tiene su base principal en el Ecuador, y su estatuto de constitución está en conformidad con las leyes ecuatorianas que regulan las corporaciones. Las compañías extranjeras pagan impuestos únicamente sobre sus ingresos provenientes de fuentes ecuatorianas, o sobre existencias o activos mantenidos en el país. Una compañía es considerada no residente cuando ha sido constituida de conformidad con estatutos extranjeros y tiene su base principal en otro país.

El término "compañía" aquí utilizado es aplicable a todas las varias formas de corporaciones de capital: corporaciones de capital mixto, compañías de responsabilidad limitada, corporaciones privadas, sucursales de compañías extranjeras, y compañías holding, todas las cuales están sujetas a las tasas del impuesto corporativo.

Los impuestos principales en Ecuador son los siguientes:

- **Impuestos sobre la renta, ganancias y activos:** Impuesto a la Renta, Impuesto sobre Activos Totales, Contribuciones a las Entidades Gubernamentales Reguladoras, , Impuesto a la Propiedad Urbana, Impuesto Especial al Capital Neto de Sociedades.
- **Impuestos sobre transacciones:** Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a los Consumos Especiales, Impuesto a la Transferencia de Títulos de Propiedad de Bienes Raíces, Impuestos Aduaneros^{ii, iii}

2.4.8. Impuesto a la Renta

Sarmiento (2008). La Tarifa Corporativa del Impuesto a la Renta en el Ecuador es del 25% sobre la totalidad de los ingresos gravables. No obstante, las empresas que reinvierten sus utilidades tienen derecho a una reducción del 10% en la tarifa general, es decir que tributan sólo el 15% sobre la porción de utilidades reinvertidas. Para tal efecto deberán realizar un aumento de capital hasta el 31 de Diciembre del año siguiente a aquel en el cual se produjeron las utilidades. Ecuador, además, contempla en su legislación laboral una participación del 15% de las utilidades de la empresa, en beneficio de sus trabajadores y empleados. Este porcentaje es calculado sobre la base imponible, antes del impuesto a la renta.

Las compañías actúan como agentes de retención del impuesto a la renta en los pagos o créditos en cuenta que hacen a individuos u organizaciones que proveen bienes y/o servicios. El impuesto retenido debe ser declarado y entregado al Servicio de Rentas Internas, a través de las instituciones financieras autorizadas que actúan como agentes recaudadores (tales como la mayoría de los bancos privados nacionales) en el mes siguiente a los pagos realizados. Los impuestos retenidos por el Agente de Retención constituyen crédito tributario para la persona o contribuyente a quien se le realiza la retención, quien podrá utilizarlo en su declaración anual del impuesto a la renta.

En lo que se refiere a los pagos o créditos en cuenta realizados al exterior, la retención es del 25% sobre el monto total del pago remitido o crédito en cuenta. El reembolso de los gastos incurridos en el exterior, relacionados con la actividad desarrollada en el Ecuador, no está sujeto a impuesto o retención alguna, siempre y cuando se obtenga un certificado que certifique la veracidad de dichos gastos, el mismo que deberá ser emitido por una firma de Auditores independientes que tenga representación en el Ecuador.

El sistema de corrección monetaria dejó de tener vigencia en el Ecuador desde el año 2.000, en que el país adoptó el dólar norteamericano como su moneda

oficial, teniendo en consecuencia todas las transacciones y registros contables que ser denominados en US Dólares.

Para propósitos de tributación, la ley ecuatoriana trata por igual a las sucursales de compañías extranjeras y a las compañías domésticas. Las compañías de transporte internacional de carga y de personas, tienen un tratamiento especial de tributación, pues la base imponible es calculada sobre el 2% del total de ingresos. En el caso de compañías que proveen servicios de exploración y explotación de hidrocarburos, existe un tratamiento especial, pues la tarifa general del impuesto a la renta es del 44%. Sin embargo, las otras modalidades de contratación petrolera que no sean de servicios de exploración y explotación están sujetas a la tarifa normal del 25%.

Las sucursales ecuatorianas de compañías extranjeras deben mantener su contabilidad separada de la de su Casa Matriz, ya que ante la ley ecuatoriana son consideradas entidades distintas o contribuyentes independientes, sujetos a la tributación ecuatoriana en la parte de las transacciones que se realizan en Ecuador o como parte de las operaciones del Ecuador. Estas sucursales también deben realizar retenciones en la fuente cuando efectúen pagos por conceptos que constituyen renta gravable, y tienen derecho a crédito tributario por las retenciones de impuesto que a su vez les realicen a ellas. Las Sucursales de compañías extranjeras tributan el 25% sobre sus utilidades netas, al igual que las compañías ecuatorianas, y también tienen derecho a la reducción del 10% en caso de reinversión de utilidades y asimismo están obligadas al pago del 15% de participación en utilidades para sus trabajadores y empleados.

2.4.9. Impuesto al Valor Agregado

Montoya (2007). El Impuesto al Valor Agregado (IVA) se calcula sobre el total de los bienes transferidos, importaciones y servicios prestados y debe ser cobrado en todos los puntos de intercambio (distribución, venta al por mayor y menor). El tipo impositivo es actualmente del 12%, aunque para la importación y transacciones de algunos bienes (como productos agrícolas, alimentos de

primera necesidad y medicinas) y para algunos servicios (salud, educación, transporte fluvial, terrestre y marítimo, entre otros) la tarifa es del 0%.

Están sujetas al pago del IVA todas las transacciones que involucran la transferencia del título de bienes materiales entre individuos o compañías (incluso cuando tal transferencia no incluya transacciones monetarias); las ventas de bienes materiales recibidos en consignación, bienes arrendados con opción a compra, bienes intercambiados, bienes presentados como pago en especie, préstamos o servicios, venta de mercancía comercial y arrendamientos mercantiles; así como el consumo personal de los bienes o mercancías que constituyen la fuente de ingreso usual del comerciante.

El IVA es calculado sobre el valor total de bienes transferidos o servicios prestados, incluyendo otros impuestos, cargos por servicios y otros costos que pueden legalmente ser

Agregados al precio base. La base imponible de bienes importados comprende el valor CIF, aranceles, impuestos de aduana y otros aumentos al precio base que estén documentados.

2.5. Impuesto a los Consumos Especiales

ESCOBAR (2008). Este impuesto (ICE) recae en el consumo interno de tabaco rubio (75%), tabaco negro (18%), cerveza (30%), bebidas gaseosas (10%), vinos y licores (26%), vehículos de hasta 3,5 toneladas nacionales o importados (5%), aviones, avionetas, helicópteros, motos acuáticas tricares, cuadrones, yates y barcos de recreo (10%).

Cualquiera de los productos anteriores está exento del ICE cuando son destinados a la exportación. Algunos alcoholes (como el destinado a la producción de medicinas), así como la materia prima utilizada para la producción de bienes gravados con el ICE también están exentos del pago de este impuesto.

Impuesto Municipal sobre Activos Totales

Los municipios ecuatorianos fijan una tarifa de: 0.15% de los activos totales de una compañía, refiriéndose a los estados financieros del año anterior, para determinar la base imponible. Las obligaciones financieras y contingentes pendientes más de un año son deducibles, para el cálculo del Impuesto a los Activos Totales.

2.2.1. Impuestos Prediales

ASAMBLEA NACIONAL (2010). La Ley de Régimen Municipal del Ecuador establece una tarifa sobre todos los edificios y propiedades localizados dentro de sus límites, sobre la base del valor comercial de la tierra determinado por cada municipio. Se otorga un descuento a los impuestos prediales pagados durante los seis primeros meses del año fiscal. Los impuestos pagados después están sujetos a multas e intereses por mora.

Otros impuestos

Además de los impuestos ya mencionados, las empresas pueden estar sujetas a otras tarifas dependiendo de la jurisdicción a la que pertenezcan, tales como un impuesto del 2 por mil cobrado a todo capital comercial, industrial y bancario de las entidades asociadas a la Cámara de Comercio.

2.2.2. Cultura tributaria

CAMBRONERO (2007). Consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como por ejemplo los hospitales, colegios, etc.). La falta de cultura tributaria lleva a la evasión.

Es la actitud y el comportamiento que adopta una persona que paga (aporta) sus impuestos de forma correcta, oportuna, solidaria y voluntaria, consciente del beneficio que esto trae para él, su familia y todas las personas que habitan nuestro país.

Por qué debemos tributar

El Sentido de la Tributación Radica en su relación indesligable con el funcionamiento del Estado.

Si no existiese la tributación tampoco existirían Estados, ya que no estarían en la capacidad de cumplir con las funciones que le son propias.

Las funciones básicas de los Estados modernos tienen que ver con:

- ❖ La elaboración de las leyes, códigos y normas que ordenan y orientan la seguridad interna y externa del país, para lo cual se necesita mantener a las Fuerzas Armadas y Policiales.
- ❖ La administración de justicia de acuerdo con las leyes que existen en el país, para esto debe contar con un aparato judicial.
- ❖ La construcción de carreteras para comunicar al país.
- ❖ La capacidad de contar con recursos que le permitan atender emergencias como terremotos, inundaciones, huaycos, etc.
- ❖ La construcción de centros educativos bien equipados y el pago de remuneraciones a los maestros.

Conciencia.- Conocimiento intuitivo o reflexivo que el sujeto humano tiene de su existencia, de sus estados, de sus actos y del medio que le rodea.

Realmente es difícil definir lo que es la conciencia al ser la fuente misma de la subjetividad. Quizás nos pongamos de acuerdo en elementos más contextuales como que es algo individual, que intervienen aspectos cognitivos, pero el fenómeno en sí, el proceso de darse cuenta que uno se da cuenta, el tener conciencia de que uno tiene conciencia es difícil de explicar. También podemos diferenciar dos tipos de conciencia, una más básica, común a muchos animales que procesa la información sensorial para actuar en consecuencia, y otro tipo

de conciencia conceptualizada por el ser humano, la conciencia de sí mismo o meta conciencia.

Conciencia tributaria.- Este término está muy relacionado con la moral, la ética y los valores que poseen las personas. La escuela debe asumir la función de formar ciudadanos competentes, capaces de sostener y defender el sistema de normas y valores de la vida en democracia, tendiendo a promover el logro de una sociedad más justa.

La concientización sobre temas de vital importancia debe ser una labor conjunta, tanto las instituciones educativas, sociales y gubernamentales deben inculcar en el individuo esa conciencia al pago de impuestos, porque de esta manera con su aporte contribuirá a construir un mejor país, y por ende a tener una mejor calidad de vida.

Muchos de los adolescentes que forman parte de la población estudiantil de nuestro país, por la realidad que les toca vivir, tienen una historia de carencia de estímulos y falta de ejemplos, lo que ocasiona que sus valores y principios morales sean muy escasos.

Por ello se intenta fortalecer la tarea áulica como cimiento en la formación, permitiendo a los alumnos involucrarse en el conocimiento social más allá del estrictamente académico. Posibilitando que sea participe de su formación, compartiendo experiencias, reflexiones y proyectándose en la sociedad como ciudadano responsable.

Importancia

El pago de los impuestos es la manifestación concreta del cumplimiento de una norma. Implica la observancia de la ley, ya sea por sometimiento o por entendimiento. En otras palabras, expresa una actitud que es determinada por la coerción o bien por la convicción individual en función social. La fuerza coercitiva se manifiesta en las leyes, en su cumplimiento obligatorio y, eventualmente, en la sanción o penalización por su incumplimiento, mientras que la convicción sólo puede estar dada por una cultura tributaria sólidamente fundamentada.

En este sentido, la presente propuesta es importante porque permitirá crear una cultura sostenible en el tiempo de una conducta ética y solidaria a favor de la tributación que se verá revertida en obras y servicios otorgados por el Estado a nuestro cantón.

Es importante además porque permite la interacción entre el SRI y la ciudadanía que podrá presentar propuestas de mejoramiento de la calidad en los procesos de recaudación.

Revisión de investigaciones relacionadas al tema

No existen registros de investigaciones anteriores sobre la aplicación de un estudio o análisis de la recaudación tributaria en la ciudad de Quevedo a través de un estudio de panel, lo que facilita la ejecución de este proyecto de tesis.

La ejecución de un panel de control tributario tendrá un impacto positivo en la comunidad de Quevedo porque nos permitirá conocer cómo se está recaudando el dinero de los impuestos declarados para desarrollo de la ciudad.

Los estudios relacionados con aplicación de un estudio de panel aplicado a la recaudación tributaria pone de manifiesto la necesidad de mejorar cada día nuestro sistema tributario nacional y local.

2.2.3. Economía informal o sumergida

JEVONS (2009): afirma que "los comerciantes pueden estar diseminados por toda la ciudad o una región, sin embargo constituir un mercado, si se hallan en estrecha comunicación los unos con los otros, gracias a ferias, reuniones, listas de precios, el correo, u otros medios".

Es el conjunto de diversas actividades económicas que se desarrollan al margen de las normas legalmente establecidas para regular la producción o distribución de bienes y que incluye desde actividades "relativamente legales" hasta las prohibidas o delictivas.

Es el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser

satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

Son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores. Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.

Mercado Informal. Denominación utilizada para designar las diferentes operaciones de compra venta que se realizan al margen de la ley de un país.

Canales de Distribución. Son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

Estrategia. Principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar.

Estudio de mercado. Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados,

procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Mercadotecnia o marketing. Consiste en un conjunto de principios y prácticas que se llevan a cabo con el objetivo de aumentar el comercio, en especial la demanda.

2.2.4. Comercialización.

UGARTE (2009). Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

El comercio informal. Es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad (esto es lo que le da la "formalidad" al comercio). En general se aplica al comercio ambulante.

Demanda. Es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

Oferta. Es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

Producto. Cualquier ofrecimiento que tenga la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo, y que para ello, pueda atraer la atención del público

objetivo para ser adquirido, usado o consumido. Un producto, puede ser un bien tangible, un servicio, una idea, una persona, un evento, una experiencia, un lugar, una organización, una información o una propiedad.

Monopolio. Es una situación de privilegio legal o fallo de mercado, en el cual existe un productor (monopolista) oferente que posee un gran poder de mercado y es el único en una industria dada que posee un producto, bien, recurso o servicio determinado y diferenciado.

Oligopolio. Dícese del mercado de competencia imperfecta en el que hay muchos demandantes y pocos oferentes que, al ser pocos pueden ponerse de acuerdo e influir en el precio.

Economía. El estudio de la manera o el modo en que las sociedades gestionan sus recursos escasos para satisfacer las necesidades materiales de sus miembros y de la transformación de los recursos naturales en productos y servicios finales que son distribuidos y/o usados por los individuos que conforman la sociedad. Además, la economía explica el cómo los individuos y organizaciones logran sus ingresos y cómo los invierten.

Sociedad. Es el conjunto de individuos que actúan acorde a lograr un desarrollo tecnológico, sociopolítico y económico destinándolo a la subsistencia e interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.

Cliente. Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicio

2.2.5. Tipos de mercados

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados web, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones (bolsas de valores). El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado.

El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de interferir en el precio final del bien o servicio intercambiado. Por tanto, existen tensiones en este sistema cuando se dan casos de monopolios u oligopolio. El criterio más frecuentemente utilizado para clasificar los distintos tipos de mercados es el que se refiere al número de participantes en él. La competencia que se produzca entre un gran número de vendedores (competencia perfecta) será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores (oligopolio). Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo.

Atendiendo al número de personas que participan en el mercado (o nivel de competencia), se pueden clasificar en:

2.2.6. Mercado y competencia perfecta

No todos los mercados son eficientes en el sentido de que no en todos ellos existen unas condiciones técnicas llamadas de competencia perfecta. Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir

sobre la determinación del precio y que éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio.

Un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Para que esto ocurra, debe cumplirse estos siete elementos:

1. Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
2. Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden los oferentes.
3. Transparencia del mercado. Todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado.
4. Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas, cuando lo deseen, podrán entrar y salir del mercado.
5. Libre acceso a la información.
6. Libre acceso a recursos.
7. Beneficio igual a cero en el largo plazo.

La esencia de la competencia perfecta no está referida tanto a la rivalidad como a la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden ejercer sobre la marca del mercado. Cuando se viola o no se cumple con alguno de los requisitos para la competencia perfecta se produce un fallo de mercado.

2.2.7. El funcionamiento de los mercados en competencia perfecta

La oferta y la demanda del producto determina un precio de equilibrio, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad producir.

Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir.

A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto. La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. (Costo marginal en términos más precisos).

Al precio que se determine en el equilibrio de un mercado competitivo las empresas no tendrán, en general, los mismos beneficios. Esto se deberá a que, si bien suponemos que todas las empresas conocen la misma tecnología a corto plazo, las instalaciones fijas de cada empresa serán diferentes, de forma que los costos y beneficios serán distintos.

Aunque esta situación puede existir en el corto plazo (mientras no sea posible alterar el tamaño de la empresa), no se mantendrá en cuanto las organizaciones logren readaptar sus procesos productivos. Además, los beneficios que obtengan las empresas más eficientes, serán tenidos en cuenta por las compañías de otros mercados o sectores. De nuevo. En el corto plazo, éstas no podrán abandonar el sector en el que se encuentran, pero tan pronto como puedan liquidar sus instalaciones, lo harán.

Así, en un mercado de competencia perfecta hay una tendencia a que se minimicen los costes y se equiparen así los beneficios.

El término "se vacía el mercado", proviene de lo mismo: se cumple el objetivo de la competencia perfecta, el cual es maximizar los excesos de oferta por parte de los empresarios, y el exceso de demanda por los consumidores. Un "mercado vacío" es aquel en el que se vendió y compró todo lo que se produjo.

2.2.8. La competencia perfecta y la eficiencia económica

SNELL (2008). En los mercados de competencia perfecta, las empresas que pretenden obtener mayores beneficios deben recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología. Por lo tanto, la búsqueda de mayores beneficios va asociada a la combinación más eficiente y rentable de los factores productivos y a la modernización de la tecnología. El mercado es el negocio que hacen los vendedores para obtener su ganancia, ellos venden a los compradores, clientes ó consumidores.

2.2.9. Mercados de competencia imperfecta o monopolística

RODRÍGUEZ (2007). Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los que bienes y productores son los suficientemente grandes como para tener un efecto notable sobre el precio.

La diferencia fundamental con los mercados de competencia perfecta reside en la capacidad que tienen las empresas oferentes de controlar en precio. En estos mercados, el precio no se acepta como un dato ajeno, sino que los oferentes intervienen activamente en su determinación.

En general, puede afirmarse que cuanto más elevado resulte el número de participantes, más competitivo será el mercado.

2.6. Denominaciones y tipos de mercado

Por ámbito geográfico

- ❖ **Mercado internacional o mercado exterior:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- ❖ **Mercado nacional o mercado interior:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- ❖ **Mercado regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.

- ❖ **Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo:** Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- ❖ **Mercado metropolitano:** Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- ❖ **Mercado local:** Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.
- ❖ **Mercado interior de la Unión Europea**
- ❖ **Mercosur** (Mercado Común del Sur)

2.3.1. Por su naturaleza

- **Mercados financieros.** Es un mecanismo que permite a los agentes económicos el intercambio de activos financieros. En general, cualquier mercado de materias primas podría ser considerado como un mercado financiero si el propósito del comprador no es el consumo inmediato del producto, sino el retraso del consumo en el tiempo.

Los mercados financieros están afectados por las fuerzas de oferta y demanda. Los mercados colocan a todos los vendedores en el mismo lugar, haciendo así más fácil encontrar posibles compradores. A la economía que confía ante todo en la interacción entre compradores y vendedores para destinar los recursos se le llama economía de mercado, en contraste con la economía planificada.

- **Mercado de bonos.** Es un mercado financiero donde los participantes compran y venden títulos de deuda, usualmente en la forma de bonos.
- ✓ **Mercado de capitales.** Son un tipo de mercado financiero en los que se ofrecen y demandan fondos o medios de financiación a mediano y largo

plazos. Frente a ellos, los mercados monetarios son los que ofrecen y demandan potos (*liquidez*) a corto plazo.

- ✓ **Mercado de valores.** Son un tipo de mercado de capitales en el que se negocia la renta variable y la renta fija de una forma estructurada, a través de la compraventa.
- ✓ **Valores negociables.** Permite la canalización de capital a medio y largo plazo de los inversores a los usuarios
- ✓ **Mercado secundario o mercado de negociación.** Es una parte del mercado financiero de capitales dedicado a la compraventa de valores que ya han sido emitidos en una primera oferta pública o privada, en el denominado mercado primario
- ✓ **Mercado bilateral.** Un mercado en el que un grupo de usuarios genera un externalidad sobre otro distinto, existiendo una plataforma que los pone en contacto.
- ✓ **Mercado cautivo.** Se denomina mercado cautivo a aquel en el cual existen una serie de barreras de entrada que impiden la competencia, y convierten al mercado en un monopolio u oligopolio.
- ✓ **Mercado gris.** Es un término proveniente del idioma inglés que se refiere al flujo de mercancías que se realiza a través de los canales de distribución diferentes a los autorizados por el fabricante o el productor. A diferencia del mercado negro, las mercancías 'grises' no son ilegales.
- ✓ **Mercado libre.** Es el sistema en el que el precio de los bienes o servicios es acordado por el consentimiento de los vendedores y/o empresarios, mediante las leyes de la oferta y la demanda, siendo luego bajados a los consumidores. El concepto se opone al de mercado regulado, donde el gobierno controla las fuentes de suministros, los precios o la producción.

- ✓ **Mercado negro, economía subterránea o economía criminal.** Es el término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas.

El fenómeno del mercado negro surge en tiempos de crisis o en periodos de control gubernamental de la economía, usualmente cuando la escasez de bienes de primera necesidad obliga a los gobiernos a imponer controles de precios o racionamiento de bienes.

En estas circunstancias, los vendedores estarían dispuestos a saltarse las leyes con tal de conseguir mayores ganancias, en tanto que los compradores estarían dispuestos a pagar precios más elevados (a veces no les quedaría más remedio) para conseguir un activo que les es prohibido o limitado, es decir que exista más demanda que oferta, pero que la oferta exista pero no se venda por estas prohibiciones o porque simplemente los comerciantes pueden vender a un mejor precio en un mercado no establecido, como lo es un mercado negro.

El mercado negro no se aplica exclusivamente a productos de primera necesidad: países que prohíben, restringen o permiten la venta ha elevado precio de tabaco o alcohol propician la aparición de personas que introducen estos productos ilegalmente. Igualmente, la compra venta de drogas, armas y otras sustancias no permitidas por la ley forman mercados negros de enormes dimensiones.

Los cambios ilícitos de moneda también suelen ser considerados como operaciones de mercado negro. En este caso, la causa es la fijación de un tipo de cambio oficial a niveles que no reflejan su tipo de cambio real. De este modo, los poseedores de moneda extranjera fuerte (usualmente dólares, pero recientemente también euros) las vende fuera de los mercados oficiales, para no tener que cambiarlas a tipos de cambio menos ventajosos.

Debe tenerse en cuenta que la utilización del término muchas veces incluye contenidos ideológicos tendientes a desprestigiar las actividades libres y voluntarias que el Estado ha decidido regular, y con él se engloba tanto actividades rayanas en el ilícito como venta de armas o sustancias prohibidas, con otras actividades absolutamente normales, como puede ser la venta de cigarrillos, aceite o inclusive papel tisúes.

Muchas veces los estados que adoptan políticas inflacionarias intentan disfrazar su propia responsabilidad en el deterioro de la moneda, atribuyendo las alzas de precio a los "agiotistas" o "especuladores", y fijando por ende precios máximos a diversos productos cuyos precios supuestamente están siendo aumentados "artificialmente", lo que genera inmediatamente su escasez por cuestiones largamente estudiadas en cualquier libro de Economía Política: Los precios máximos producen un incremento artificial de la cantidad demandada, y una retracción artificial de la cantidad ofertada, que son los que determinan que los artículos sujetos a estos precios máximos se vuelvan escasos, al ser mayor la cantidad demandada que la ofrecida.

En estas condiciones, es habitual que en las economías dirigidas surjan "mercados negros" que no sean sino la respuesta del mercado frente a la intromisión estatal, los que son usualmente tolerados por las propias autoridades encargadas de controlarlo, muchas veces conscientes de que es la única forma de restablecer la racionalidad económica. Esto es, que usualmente el mercado negro no es causante de ninguna crisis, sino la consecuencia de una crisis creada por la política inflacionaria sumada a la intromisión estatal tendiente a ocultar las consecuencias.

✓ **Mercado laboral o Mercado de trabajo.** Es el mercado donde influyen la demanda y la oferta de trabajo. El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, de materias primas, etc.) ya que se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo suele estar influido y regulado por el Estado a través del derecho laboral y

por una modalidad especial de contratos, los convenios colectivos de trabajo.

En el mercado de trabajo los individuos intercambian servicios de trabajo. La oferta de trabajo incluye al conjunto de trabajadores que están dispuestos a trabajar y la demanda está formada por el conjunto de empresas o empleadores que contratan a los trabajadores. El salario es el precio del trabajo realizado por el trabajador en este mercado.

2.3.2. El trabajo informal, economía informal

CHIAVENATO (2006).El ser humano y por lo tanto, la sociedad en su conjunto realizan un proceso de aprendizaje denominado recurrencia o iteración, esto se traduce en una insistencia paso a paso y continua, una conducta de carácter reflexiva, adaptativa o evolutiva aplicada sucesivamente en un ciclo infinito, dentro de la cual se alternan dos procesos elementales de discriminación y asociación.

Esta enseñanza se refleja en la cultura de una sociedad, constituida específicamente por un conjunto de estructuras sociales, religiosas, manifestaciones intelectuales, artísticas, ideológicas, etc. que la caracteriza, es como la “base de datos” de un grupo, debido a que contiene valores, actitudes, historia, experiencias y conocimientos, únicos y compartidos sólo entre ellos.

Es decir que, los sistemas que atraviesan a la cultura social tales como la religión, las ideologías, las culturas de las empresas, de las familias y de las amistades, las acciones de los políticos, empresarios y sindicalistas, etc. son fuentes de donde el individuo aprende y, sumado a sus conocimientos adquiridos, reacciona ante distintas circunstancias que se le presenten en el transcurso de su vida.

Por su parte, y en base a las definiciones que surgen de diversos diccionarios, la economía se puede conceptualizar como el conjunto de actividades de una colectividad humana relativas a la producción y consumos de las riquezas.

Asimismo, la economía informal o sumergida es el conjunto de diversas actividades económicas que se desarrollan al margen de las normas legalmente establecidas para regular la producción o distribución de bienes y que incluye desde actividades “relativamente legales” hasta las prohibidas o delictivas.

Diversos factores influyen en la existencia de una economía informal y en la cultura relacionada. En una sociedad donde no existe la corrupción (o es de nivel mínimo), donde se desarrolla una política social adecuada, bajo índice de desocupación, los tributos pagados son devueltos a la sociedad, la conducta de evadir impuestos se considera incorrecta y de sanción efectiva y la presión fiscal es acorde o no es gravosa, seguramente la economía informal existente poseerá un índice relativamente bajo.

Por el contrario, en una sociedad donde la corrupción tiene grandes niveles y es impune, no existe una política social adecuada, hay un alto índice de desocupación, los tributos pagados no se reflejan en mejoras para los ciudadanos, los evasores son inadvertidos por la sociedad o es aceptada esa conducta, la presión fiscal es gravosa, la economía informal existente tendrá un alto índice relativo.

Esta breve reseña será de utilidad para entender la existencia de las economías informales en los países de América Latina y las reacciones de la sociedad ante las políticas que el gobierno quiera llevar adelante para contrarrestarlas como ante las acciones que decida aplicar la Administración Tributaria para formalizarlas.

2.3.3. Nacimiento de la economía informal

ENA (2008). Ubicar el momento exacto del inicio de la economía informal sería imposible, pero se considera que la economía informal ilegal tiene su nacimiento conjuntamente con la economía informal legal, esto se debe a que, el robo, la venta de bienes robados y la prostitución son actividades que nacieron junto con las primeras civilizaciones. En cambio, la economía informal

legal nació cuando los tributos pasaron a ser considerados gravosos para el común de la gente.

Los tributos se remontan aproximadamente a seis mil años atrás, en los territorios comprendidos entre los ríos Éufrates y Tigris, siendo que dichos tributos se aplicaban en caso de guerra. Así también los egipcios crearon un sistema tributario que gravaba a la agricultura, en la antigua Grecia existía un sistema tributario basado en el pago voluntario. Pero en todos los casos hubo varios acontecimientos en común que provocó, en una primera medida, la creación de la economía informal y, después del derrumbe de estos imperios, se tradujo en la opresión que generaban los tributos al elevarse las tasas o contribuciones, la desigualdad por las exenciones otorgadas, la corrupción y el abuso de poder por parte de los gobernantes o de su grupo de influencia.

Cabe destacar que, la revolución americana se inicia contra la aplicación de los derechos aduaneros por parte de Inglaterra; la revolución francesa tiene como base la lucha contra los privilegios fiscales del clero y la nobleza.

Por lo tanto, se desprende que los factores tales como el abuso que ejercían las autoridades en el cobro de impuesto, sólo para incrementar sus propias riquezas, la corrupción en el poder, el favoritismo a extractos sociales allegados al poder, la prepotencia del poder ante los derechos de los ciudadanos, el no brindar a la sociedad los servicios necesarios y en forma eficiente, etc. llevaron al nacimiento de la economía informal, a su fortaleciendo y crecimiento, hasta llegar a nuestros días.

2.3.4. Operatoria De La Economía Informal

CHIAVENATO (2005). Como características sobresalientes de los sujetos que operan en la economía informal (trabajadores individuales u organizados como empresas), pueden citarse:

1. Operan fuera del marco legal

2. En su mayor parte no están registradas ni figuran en las estadísticas oficiales
3. Poseen poco o ningún acceso al crédito y a los mercados organizados.
4. No se encuentran reguladas ni están protegidas por el estado u otras organizaciones.

Por lo tanto, la economía informal tiene ventajas y desventajas las cuales dependerán del punto de vista que se analice, es decir, lo que para alguien pueda ser una desventaja para otro sujeto sería considerada como una ventaja.

Ventajas de la economía informal

1. Crea una gran fuente de trabajo, generalmente trabajo temporario o “chauchas, cachuelos” (este concepto es utilizado para denominar al trabajo esporádico y de baja remuneración).
2. Parte de la ganancia proveniente de la economía informal ingresa a las arcas del
3. Estado por medio del impuesto a los consumos, es decir que cada vez que una persona consume algún producto dentro de la economía formal, estará pagando impuesto, de forma indirecta.
4. Alivia el descontento social, ya que las personas de menores recursos pueden acceder a distintos productos a través de las compras que realizan dentro de la economía informal.
5. Tiene un efecto social deseable al dar fuente de trabajo a personas alejándolos de actividades ilegales (robar, matar, vender drogas, etc.).

Desventajas de la economía informal

1. Produce una merma en la recaudación de los tributos, derivado de la evasión tributaria por las actividades que operan totalmente en la economía informal.
2. Crea una desigualdad entre los ciudadanos que pagan sus tributos y los que no lo hacen.
3. No ayudan al financiamiento de las acciones que podrían llevarse a cabo en área social.
4. Hay una limitación o inexistencia al crédito para aquellos que operan parcial o totalmente en la economía informal.
5. Los trabajadores “en negro” no están protegidos por las leyes laborales, los sindicatos, no tienen acceso a la asistencia social y en muchos casos, son explotados en forma excesiva.

2.3.5. Clasificación de la economía informal

ENA (2008). Se clasificará a la misma en dos grupos iniciales, denominados “economía informal legal” y “economía informal ilegal”, en el primero se ubicará a toda aquella “economía informal “que no posea prohibiciones legales y por los usos y costumbres, excepto que son actividades que tienen la obligación de tributar, en cambio el segundo grupo estará integrado por la parte de la “economía informal” que afecte a los usos y costumbres o se encuentren dentro de las prohibiciones legales.

En la “economía informal legal” se encuentran todas aquellas actividades que se encuentran sujetas a las leyes tributarias, distinguiéndose dos agrupaciones, a saber:

1. Las realizadas por los contribuyentes inscriptos ante el Sistema de Rentas Internas SRI
2. Las realizadas por los sujetos no inscriptos ante el Sistema de Rentas Internas SRI, En el primer grupo, éstos integran la economía informal por distintas razones que se enuncian a continuación:
 1. Disgregan parte del usufructo por el desarrollo de sus actividades, es decir evaden tributos utilizando distintas operatorias, como ser: doble contabilidad (la real y la ficticia sobre la cual tributará), doble juego de facturas, no emiten en algunos casos facturas o ticket, etc.,
 2. Uso indebido de beneficios promocionales
 3. Transfieren bienes o servicios entre compañías vinculadas
 4. Contabilizan préstamos entre la casa matriz a filiales o entre empresas vinculadas que son inexistentes
 5. Aplican algunas de las normas laborales a sus trabajadores, por ejemplo pagan por recibo de haberes el salario mínimo cuando el salario del trabajador es superior al mismo, algunas veces otorgan licencias pagas o por enfermedad, etc.,

Administración Tributaria, caracterizándose por ciertas conductas

1. Los canales utilizados para el flujo comercial son variados, es decir operan en su etapa final con los consumidores, siendo vendedores ambulantes, negocios a la calle en zonas alejadas de los centros urbanos o cívicos, etc.
2. Dificultad para su control por parte de la Administración

3. Trabajan en la marginalidad de las normas tributarias y de la seguridad social
4. Existen cadenas de distribución, es decir, que un grupo minoritario provee de bienes a distintas personas o mayoristas y éstos, a su vez, distribuyen a los minoristas, o sea, que a medida que se avanza en la cadena de distribución, se incorporan nuevos personajes hasta terminar en varias bocas de expendio hacia la sociedad.

En cambio, la “economía informal ilegal” está formada por todas aquellas actividades y operatorias que atentan contra los usos y costumbres y están penadas por las leyes; como ya es bien conocido el comercio de estupefacientes, de personas, de animales en peligro de extinción, proveniente de la prostitución, etc.

En el presente trabajo, se tratará solamente la “economía informal legal”, no así de la “ilegal”, ya que la misma escapa del ámbito de control de la Administración Tributaria que recién se está implementando en el país.

2.3.6. Funcionamiento de la economía informal

UGARTE (2009). Cómo funciona la economía informal es una pregunta de difícil respuesta, si bien se conoce algunos de los mecanismos de su funcionamiento, los cuales serán descriptos dividiéndolos entre los dos subgrupos ya citados, “*inscriptos*” y los “*no inscriptos*”.

En relación al primero de ellos, las operaciones mediante las cuales parte del flujo monetario generado por la economía formal se transfiere a la informal, son encuadradas claramente como tácticas de evasión.

Muchas de ellas ya son harto conocidas, pero también de difícil detección y debería ser de permanente control por parte del Sistema de Rentas Internas SRI. Realizar ventas sin la correspondiente emisión del documento de respaldo, falsear declaraciones juradas para pagar menos impuestos unido a la

utilización de facturas apócrifas a fin de incrementar los gastos a deducir en el impuesto a las ganancias y el crédito fiscal en el impuesto al valor agregado.

La globalización y los avances informáticos han permitido perfeccionar estas tácticas, a través, del desarrollo de programas computarizados con el objetivo de generar una doble contabilidad, la creación de empresas ficticias tanto en el país como en el extranjero, a fin de diluir los tributos a pagar o amparándose en legislaciones extranjeras más favorables o en vacíos legales existentes en la normativa interna.

Desde el ámbito laboral, también se observa ciertas conductas reiterativas, tales como no declarar parte del personal en relación de dependencia, poseer empleados a través de subcontratistas, quienes a su vez aplican similares tácticas evasivas o no aportar por el total de los ingresos de sus trabajadores, sino por el monto mínimo exigible legalmente.

En el país y especialmente en el ámbito de estudio, existen sectores micro empresarial y empresarial que han “institucionalizado” estas conductas, como por ejemplo:

1. Los frigoríficos cárnicos, que generan todo un circuito “oscuro”, comprando los animales vivos en remates privados o ilegales, para una vez culminado el proceso respectivo, venderlos sin comprobantes de respaldo.
2. Las cadenas de supermercados e hipermercados, quienes utilizan repositorios externos contratados por agencias de trabajo eventual, para inicialmente realizar tareas determinadas dentro de sus locales, para luego extender los horarios de trabajo y modificarles las tareas asignadas, sin que reciban a cambio una remuneración acorde.
3. Los bancos otorgan a su personal un grado jerárquico, evitando el pago de horas extras amparándose por el convenio colectivo vigente, con el agravante que dichos cargos jerárquicos no poseen personal a cargo,

requisito esencial en dicho convenio para otorgarles ese “cargo o ascenso”.

Dentro de la economía informal de los “no inscriptos”, se observan actividades de subsistencias (agropecuarios de mínima producción que venden sus productos en la vía pública) pero que, muchas veces, es el eslabón final de una inmensa estructura que convive con conductas ilícitas.

En muchas ciudades del Ecuador, los vendedores ambulantes ofertan sus distintos productos en buses, puerta por puerta, en la calle, pero trabajan de manera grupal y organizada, esto es, que ante una posible verificación por cualquier ente de control, ellos se comunican entre sí mediante celulares, por señas, silbidos o simples ruidos para así simplemente desaparecer y no ser controlados.

Similar conducta realizan las ferias, donde se encuentran a comerciantes que venden productos de contrabando y que no se encuentran registrados ante el Sistema de Rentas Internas SRI, como así tampoco con los permisos habilitantes exigidos. Ante un posible control, la conducta que desarrollan es idéntica a la de los vendedores ambulantes.

Otra actividad que ha evolucionado con altos ratios de evasión son las organizaciones que se dedican a la confección de vestimenta. En muchos casos, utilizan casas particulares como fachada, cuando en su interior son inmensos talleres textiles, empleando inmigrantes indocumentados, los cuales viven al límite de la esclavitud, dado que se les prohíbe salir del ámbito laboral, trabajan alrededor 16 horas por día y viven hacinados.

Se ha citado las modalidades más comunes de cómo opera la economía informal, lo cual no significa que sean las únicas, pero sí servirá para desarrollar las políticas que deberían aplicar el Sistema de Rentas Internas SRI.

2.3.7. Importancia de la comercialización en el mercado informal

KOTLER (2009). Es de importancia determinar la concepción que utilizaremos en nuestra investigación sobre la comercialización, para lo cual es de obligación establecer algunas definiciones.

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

En la comercialización informal de un nuevo producto la decisión del tiempo de entrada es crítica. Cuando una empresa ha completado rápidamente el período de desarrollo del nuevo producto y sabe que la competencia se encuentra al final del trabajo entonces, se enfrenta a tres elecciones:

- ❖ Ser la primera en entrar: La empresa que primero se introduce en un nuevo mercado disfruta de las “ventajas de ser el primero”, que consisten en la obtención de algunos distribuidores y clientes claves y en obtener la reputación de liderazgo. Por el contrario, si el producto se lanza al mercado

antes de que esté totalmente desarrollado la empresa podría adquirir una imagen de productos imperfectos.

- ❖ Entrega paralela: la empresa podría planificar su tiempo de entrada con el competidor y si este se precipita al lanzamiento hace lo mismo. Si el competidor se toma su tiempo, la empresa también debe tomarse el suyo, usando este tiempo adicional para refinar el producto. La corporación podría acceder a que los costes de promoción y lanzamientos fueran compartidos por ambos.

- ❖ Por otra parte, la empresa debe decidir si lanzar el nuevo producto en una única localidad, una región, en varias regiones, en el mercado nacional o en el mercado internacional. Pocas empresas tienen la confianza, capital y capacidad para lanzar los nuevos productos a escala nacional, por lo que desarrollarán una planificación de despliegue en el mercado a lo largo del tiempo en el mercado informal. En concreto, las pequeñas empresas seleccionarán una ciudad atractiva y una campaña relámpago para entrar en el mercado y posteriormente hacerlo en otras ciudades.

2.3.8. Sistema de comercialización o marketing

HERNÁNDEZ (2008). La teoría de sistema proporciona el marco analítico adecuado para contextualizar la actividad de comercialización si se tiene en cuenta el concepto que define el cual considera que un sistema es un conjunto de elementos con propiedades y atributos que constituyen un todo, relacionados a la vez entre sí y con el entorno común a ellos, del cual se obtienen determinadas entradas de alimentación y al que brindan determinadas salidas.

Los productos o servicios obtenidos por la empresa, bien sea mediante producción propia o mediante adquisición, se dirigen hacia un mercado donde estos bienes serán asignados a sus futuros consumidores. Esta actividad, que comienza en el proceso productivo y que llega hasta el consumidor, es conocida como “sistema de comercialización” o “sistema de marketing”.

El sistema de comercialización de la empresa está encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales pretendiendo como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de las cifras de venta.

De igual forma el sistema de comercialización se ocupa tanto de analizar y estudiar las oportunidades de mercado, como de establecer un plan de actuación dirigida a establecer los medios necesarios para que sus oportunidades se traduzcan en el cumplimiento de sus objetivos comerciales. Este enfoque en la gestión de la producción y los servicios de Los Canales de comercialización informal significa hacer corresponder los esfuerzos de investigación de las universidades con las líneas de desarrollo económico y social priorizadas en el ámbito de la economía nacional, regional y territorial. Para dar cumplimiento a los objetivos del subsistema comercial, y considerando las particularidades del sector informal, pueden desarrollar el siguiente esquema de acciones metodológicas.

2.3.9. Estrategia comercial de las unidades de negocio informal

- Definición de la misión.
- Análisis externo.
- Segmentación del mercado.
- Selección del mercado objetivo.
- Análisis interno.
- Diseño de la cartera de productos.
- Formulación de objetivos.
- Formulación de estrategias.
- Diseño de programas.
- Instrumentación y control.

A continuación se hará una breve referencia de cada uno de los aspectos antes señalados de acuerdo con la bibliografía más actualizada y de uso común.

Formulación de estrategias. Las estrategias serán decisiones diversas y condicionadas por las características de cada contexto, pero deben siempre considerar las ventajas en materias de alianzas y cooperación, en materia de financiamiento, utilización del personal, etc., tanto para el mercado en frontera como para el mercado internacional.

Formulación de programas. Una vez que la oficina comercial municipal ha desarrollado las estrategias para alcanzar sus objetivos, debe definir sus programas para llevarlos a cabo. Sí por ejemplo, se ha decidido fortalecer los servicios de consultoría para la comercialización informal, entonces, se deben desarrollar programas que fortalezcan la preparación del personal.

Los aspectos sobre los cuales se centran las acciones contenidas en los programas son regularmente los que integran la cadena de valor:

- Aseguramiento
- Procesos de concepción y creación de productos.
- Comercialización y ventas.
- Postventas.
- Gestión de recursos humanos.
- Desarrollo tecnológico
- Materiales auxiliares.

Instrumentación y control. Las decisiones estratégicas a nivel del mercado informal (más general) se implementan y materializan en la formulación de objetivos del nivel inferior (más particular) que despliega un nivel mucho más concreto y operacional de acciones, por lo que se requiere de la formulación e implantación de estrategias de productos.

Objetivo de Estudio de Mercado del sector Informal

El principal objetivo de esta fase es identificar nuevas oportunidades del mercado informal para cada producto o servicio. Para el logro de este objetivo también es de gran ayuda la investigación de mercado. Existen diferentes

metodologías para la realización de estudios de mercados, una de las más aplicadas es la secuencia siguiente:

- Definición de los objetivos.
- Análisis preliminar de la situación.
- Investigación informal.
- Planificación y desarrollo de la investigación formal.
- Definir fuentes de información.
- Determinación de los métodos para conseguir los datos primarios.
- Preparación de los cuestionarios.
- Prueba previa de los cuestionarios.
- Planificación de la muestra.
- Recogida de datos.
- Clasificación, tabulación y análisis de la información.
- Interpretación de datos y elaboración de recomendaciones.
- Preparación de informe.
- Seguimiento del estudio.

2.4. Reseña sobre la economía informal y su organización en América latina

FREIRE (2009). Algunos aspectos de lo que se entiende por “empleo informal” deben ser subrayados y caracterizados teniendo en cuenta el aumento acelerado de las relaciones laborales informales en el mundo y en particular en América Latina.

Desde un punto de vista macroeconómico, la explicación de este fenómeno se encuentra en la llamada “globalización” de los procesos económicos y lo que ello implica: la desregulación constante de los mercados, la restructuración de la producción (a través de la subcontratación y la tercerización) y la desreglamentación del Estado. Las condiciones y los derechos fundamentales de los trabajadores se vieron afectados por dichos procesos.

A medida que esto sucedía, se constató el crecimiento exponencial de la economía informal en algunas zonas geográficas del mundo. La dimensión de este fenómeno es tan importante que ocupó un lugar central en la agenda de la 90° Conferencia de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en el 2002 quien organizó un debate llamado “El trabajo decente y la economía informal”.

Tras los atentados del 11 de Septiembre, los indicadores estadísticos indican una desaceleración de la actividad económica mundial: este suceso afectó las economías de varias partes del mundo, presentando un aumento de las tasas de desempleo en comparación con los años anteriores. América Latina y el Caribe fue el área más afectada en lo que se refiere al crecimiento de la producción. Según el documento de la OIT Tendencias Mundiales del Empleo, el crecimiento económico cayó a un 0,6% en 2001 y está prevista una disminución de un 0,6% para el año 2002. Entre 2001 y 2002, el desempleo aumentó, alcanzando en 2002, una tasa de crecimiento de cerca del 10%, a pesar de que el número de personas que se incorporan a la Población Económicamente Activa (PEA) fue menor. La principal preocupación es el aumento del desempleo entre los jóvenes.

Según la OIT, la economía de América Latina y el Caribe presentarán un decrecimiento económico importante, sobre todo después de la crisis Argentina. Los ajustes estructurales no lograron un nuevo crecimiento en la región y que la dependencia del mercado de los Estados Unidos se profundizó. Las economías regionales son vulnerables a las crisis financieras y el déficit en las balanzas de pago aumentó. Por otra parte, se proyecta una reducción del PNB para el año 2002 y un crecimiento de un 3% apenas en el 2003 (suponiendo constante la recesión en los Estados Unidos). Este último pronóstico no es para nada optimista ya que no logrará resolver (ni siquiera en parte) el problema de la precariedad laboral y del desempleo. En el corto plazo, la informalidad y la pobreza continuarán en aumento.

Para estudiar las causas y las consecuencias del crecimiento de la economía informal, Samuel Freire explica que: “Las normas y regulaciones, por una parte, y los resultados macroeconómicos, por la otra, han sido mencionados como las

principales causas del tamaño del empleo informal. La falta de protección social y la baja productividad son las consecuencias que deben enfrentar los trabajadores que se dedican a actividades informales”.

2.4.4. La economía Informal y su definición

TOMAN (2009). Existen muchas controversias acerca de la definición de la economía informal.

Propone considerar a la misma como el resultado de la descentralización y la reorganización de la producción y del proceso del trabajo a nivel global.

WIEGO (Women in Informal Employment Globalizing and Organizing- (2009). propone la siguiente definición: “Todos los trabajadores (rurales y urbanos) que no gozan de un salario constante y suficiente, así como todos los trabajadores a cuenta propia excepto los técnicos y los profesionales forman parte de la economía informal. Los pequeños comerciantes y productores, los micro emprendedores, los empleados domésticos, los trabajadores a cuenta propia que trabajan en sus respectivas casas y los trabajadores ocasionales (los lustradores, los transportistas, la gente que trabaja a domicilio, por ejemplo en la confección o en la electrónica, y los vendedores ambulantes) integran la categoría informal de la economía”.

Las definiciones propuestas nos indican que, en la actualidad, la mayoría de los trabajadores en el mundo se encuentran en esta situación y que la característica fundamental de las actividades informales es la precariedad de las condiciones de trabajo en el cual se encuentra el trabajador.

Hernando de Soto soslaya la idea que el empleo informal puede desempeñar un rol protagónico en la evolución hacia la democracia y la economía de mercado en función de su lucha contra la explotación del capitalismo no competitivo. Pero la informalidad se constituye, en un primer momento, como una forma de subsistencia.

2.4.2. Evoluciones de mercados laborales formales e informales en Ecuador.

Banco Central del Ecuador (2011). utilizando encuestas de empleo realizadas por el INEC y la PUCE-BCE; y, aplicando definiciones alternativas de los mercados formales e informales, se analizan las dinámicas de estos mercados laborales, con el objetivo de determinar si, desde inicios de los años 90's, el segmento informal ecuatoriano ha aumentado su tamaño relativo, en relación al sector laboral formal. El segundo objetivo de este trabajo pretende evaluar las distintas hipótesis que explican las dinámicas de los mercados laborales, para lo cual se proponen definiciones alternativas de informalidad, toda vez que las definiciones de mercado formal e informal hechas por la PUCE-BCE e INEC, presentan limitaciones que impiden contrastar dichas hipótesis.

Entre los resultados encontrados vale señalar que, durante la crisis de 1999, la mayor parte del incremento de los trabajadores informales involuntarios se habría concentrado en las empresas grandes (tradicionalmente consideradas formales), las que incrementaron de modo sustancial el número de trabajadores contratados bajo formas laborales más flexibles y menos estables. Este resultado sugiere que la respuesta de las empresas grandes a la crisis, habría sido la de subcontratar trabajadores con la finalidad de reducir costos, lo cual sin duda contribuyó a que el desempleo no se eleve desmesuradamente en dicho periodo. Sin embargo, es preocupante observar, aún después de la crisis, persiste todavía un número importante de subempleados en el sector moderno (empresas grandes). Este hecho apunta a las reformas laborales implementadas durante 2000-2009, tendientes a flexibilizar el mercado del trabajo, y que habrían contribuido para que aún en épocas de auge económico, las empresas ecuatorianas de mayor tamaño persistan en estas prácticas de subcontratación de la mano de obra, como un mecanismo para eludir las regulaciones laborales, reducir costos y de esta manera generar ganancias de competitividad espurias, no basadas en aumentos reales de productividad.

El tamaño y dinámicas crecientes de los mercados informales es un fenómeno característico de los países en vías de desarrollo, en especial de las economías latinoamericanas (OIT, 2000). El Ecuador no es la excepción. De acuerdo a

datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el caso ecuatoriano, entre 2000 y 2002, el tamaño del sector informal, expresado como porcentaje de la Población Ocupada (PO), fluctuó entre 41% y 45%. Además, desde 2000 se observa un crecimiento más acelerado del sector informal: entre los años 2000 y el 2009, el sector moderno o formal creció en 12%, mientras el sector informal lo hizo en 24%. Debido a esta dinámica, desde 2000 la población ocupada en el mercado informal supera a los ocupados en el sector moderno.

2.4.3. ¿Cuáles son los factores que explican la evolución de los mercados laborales formales e informales?

Por un lado, el enfoque tradicional o clásico. Postula la existencia de un mercado de trabajo dual (formal e informal), donde el tamaño del mercado informal se explica por la existencia de regulaciones, restricciones y beneficios obligatorios gubernamentales que introducen “rigideces” en el segmento formal, elevando el salario, en comparación con el del sector informal. El mayor salario del segmento formal, constituye un incentivo para que los empleados informales “hagan fila” para ingresar a ese mercado; hasta tanto permanecen o subsisten en el sector informal. En este contexto, el sector informal aparece como un sector residual. La hipótesis de los mercados duales postula además que, durante recesiones económicas, el sector informal actúa como un mecanismo de absorción de los trabajadores desplazados del mercado formal, incrementándose así la informalidad laboral. Un enfoque complementario. Al argumento tradicional sostiene que, debido a los mayores niveles de competencia internacional observados en especial a partir de los años 90’s, una tendencia llevada a cabo por las grandes empresas (formales), tiene que ver con las prácticas de sub contratación de empleados a través de mecanismos tales como la tercerización. o mediante la contratación laboral por fuera de la ley. Esta opción de sub contratación ha sido el camino tradicionalmente utilizado para incrementar la flexibilidad laboral y reducir costos laborales. En este contexto se podría afirmar que las prácticas de subcontratación fomentan el crecimiento de trabajo informal, pues los trabajadores sub contratados no están amparados por las regulaciones y

beneficios del mercado formal, a pesar de trabajar en empresas grandes “formales”.

La hipótesis alternativa en cambio, plantea el hecho de que tener un empleo informal, puede ser una alternativa o decisión deseable del trabajador; pues el sector formal, al estar fuertemente regulado y controlado por el Estado, implica que el trabajador debe pagar impuestos al estado, lo que reduce su nivel de ingreso disponible. Un camino para evitar el pago de impuestos, es optar por el mercado informal.

Además de lo anterior, un trabajador puede elegir trabajar en el sector informal toda vez que el sector ofrece algunas ventajas tales como una mayor flexibilidad de horarios, independencia, posibilidad de entrenamiento laboral, etc. Adicionalmente a estos factores, si la productividad del trabajador formal es baja, el costo de oportunidad de pertenecer al sector informal se reduce.

A diferencia del enfoque tradicional, que postula que durante recesiones el sector informal crece y viceversa, el enfoque alternativo sostiene que durante recesiones, los empleados por cuenta propia (informales) tienen mayor probabilidad de cerrar su negocio, y en consecuencia buscar una opción laboral en el sector formal, invirtiendo la lógica el proceso de entrada, salida del mercado informal sugerido por la hipótesis clásica. Es decir que durante períodos de recesión económica el sector formal tendería a crecer; mientras que en períodos de auge, el sector informal aumenta de tamaño

2.4.4. Trabajadores del sector informal

CERNA (2011). En términos generales, se considera como trabajadores informales a aquellos más propensos a incumplir o eludir las regulaciones, impuestos y normativas laborales, toda vez que el costo de supervisión de la autoridad competente para evitar estas prácticas es elevado. La definición propuesta en este trabajo considera dos tipos de trabajadores informales:

- Los Trabajadores Informales Involuntarios (TII), y los
- Trabajadores Informales Voluntarios (TIV).

Los TII tratan de reflejar el exceso de oferta de trabajadores que no pueden ser absorbidos por el mercado formal, debido a la existencia de un exceso de regulaciones que elevarían el costo salarial por encima de su precio de mercado y de la productividad del trabajo. En respuesta a estas regulaciones laborales, el exceso de oferta de trabajadores no absorbidos en el sector formal es expulsado al sector informal (tradicionalmente medido como los trabajadores en empresas pequeñas), o alternativamente continúan laborando en el sector formal (tradicionalmente medido por trabajadores de empresas grandes), pero bajo modalidades contractuales que no necesariamente garantizan estabilidad y todos los beneficios de Ley. Estas modalidades se establecerían a través de mecanismos tales como la tercerización, contratos por horas, etc.; estas prácticas permitirían a las empresas grandes aumentar la flexibilidad laboral, reducir costos laborales, y en general, evadir y eludir las restricciones impuestas por las regulaciones, disminuyendo de esta manera, la brecha salario productividad. En este contexto, los Trabajadores Informales Involuntarios (TII), son aquellos que reportan estar subempleados, ya sea de forma visible o invisible, en los sectores “moderno” “informal”, “servicio doméstico” y “agrícola”. De igual manera, la definición de los TIV, pretende ser una medición de informalidad, que constituya una buena aproximación al número de trabajadores que, de acuerdo a la hipótesis alternativa, ingresan al sector laboral informal de manera voluntaria. Estos trabajadores son aquellos que decidieron pertenecer a este sector, toda vez que la informalidad se presentaría como una alternativa deseable. En este contexto, se definió a los Trabajadores Informales Voluntarios (TIV), como la Población Económicamente Activa (PEA) clasificada como adecuadamente ocupada en el sector “informal”, “servicio doméstico” y “agrícola”; es decir, son aquellas personas que a pesar de trabajar por cuenta propia, como asalariados o como patronos en establecimientos de hasta 5 personas en actividades de servicio doméstico y actividades agrícolas, perciben ingresos iguales o superiores al mínimo estipulado por la ley.

2.4.5. Trabajadores del sector formal

En cuanto a los trabajadores formales, la definición propuesta considera únicamente a los trabajadores ocupados adecuadamente en el sector “moderno” (empresas grandes). Es decir, aquellas personas que laboran en empresas grandes, y que por el nivel de ingreso que reportan y el tamaño de la empresa donde laboran, se entiende están bajo el amparo de las regulaciones laborales.

3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.4. Localización

El presente estudio tiene la restricción de que la información estadística sobre tributación solo la obtiene el Sistema de Rentas Internas del Ecuador a través de su página Web oficial, la que contiene información solo del nivel provincial y no desglosada por cantón.

En cuanto al alcance la investigación contempla la zona urbana del cantón Quevedo perteneciente a la provincia de Los Ríos.

3.5. Métodos de Investigación

Para el desarrollo de nuestra investigación se emplearon los siguientes métodos:

Método histórico-lógico. Se analizó la insatisfacción de los contribuyentes a la hora de declarar sus contribuciones, través de los indicadores de gestión, con base en la deficiente o inexistencia de un análisis de panel.

Método Analítico- Sintético. Se analizó los eventos antes mencionados, de manera que separaremos el todo en sus partes para efectuar relaciones entre los factores y después hacer una síntesis.

Método Inductivo-Deductivo. Se realizó un análisis desde una situación particular a una situación general.

Se utilizó la observación para visualizar cuidadosamente la problemática en cuanto al desarrollo tributario en la ciudad de Quevedo, y poder obtener la información de la realidad actual de los contribuyentes

3.6. Tipo de Investigación

Estudio documental, que consistirá en el análisis de la bibliografía relacionada con nuestro tema de investigación.

Entrevista personal utilizado un cuestionario estructurado.

3.7. Instrumentos utilizados

Para la recolección de la información se utilizó una ficha de encuesta con veinticuatro preguntas de opinión dirigida a la población tributante.

Para conocer la información estadística tributaria se visitó la página web del Servicio de Rentas Internas y se visitó las oficinas para lograr información estadística a nivel Cantonal.

Además se consultó bibliografías en libros y direcciones electrónicas.

3.8. Diseño de la investigación

Los tipos de investigación que se utilizaron en el desarrollo de este trabajo investigativo son:

Según su finalidad.

La investigación será aplicada, porque, va a la confrontación de la teoría en utilizar un modelo de panel para verificar si los contribuyentes están desarrollando su aportación al sistema tributario. Estudiando los problemas concretos bajo circunstancias y características concretas. Utilizando los resultados obtenidos para mejorar el estándar de competitividad y satisfacción de los organismos de públicos.

Según su objetivo gnoseológico.

Será explicativa, en cuanto la situación problemática a ser analizada y descrita, debe develarse la explicación del por qué existe actualmente el desconocimiento en la cultura tributaria aplicando la técnica de panel.

Según su contexto.

Es una investigación de campo dado que su aplicación se realiza en el medio donde se suscita la situación problemática actual, los contribuyentes de la ciudad de Quevedo.

Según el control de las variables.

Es no experimental fundamentada en que el fenómeno observado y analizado forma parte del ciclo operativo diario de la tributación, constituyendo éste en un hecho real.

Según la orientación temporal.

La investigación longitudinal.

Según su perspectiva general.

La investigación se desarrolla desde una perspectiva cuantitativa

3.8.1. Encuesta

En la ciudad de Quevedo, de la provincia de Los Ríos se realizó la encuesta piloto a 198 personas al azar. Esta población inicial se tomo en base al 1 por mil de la (PEA) Población Económicamente Activa 48.137 (36.105 hombres y 12.032 mujeres).

3.9. Población y muestra

Población o universo de investigación

Como universo vamos a considerar a los 390 contribuyentes Informales en la ciudad de Quevedo de acuerdo al registro del S.R.I.

3.10. Muestra

Ubicación de la zona

El presente trabajo se realizó exclusivamente al sector ubicado en el casco comercial del cantón Quevedo, que en la actualidad se encuentra organizado y que además cuentan con una infraestructura mínima (kioscos del municipio) para llevar a cabo sus actividades. Los cuales suman un total de 390 comerciantes informales.

Para el cálculo de la muestra a encuestar se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n}{Z^2(n-1) + 1}$$

Datos:

n=?

n= 390

$E^2 = 0.05$

$$n = \frac{390}{0.05^2(390-1) + 1}$$

$$n = 198$$

3.11. Resultados y discusión

El presente trabajo constituye la muestra de estudio para demostrar en forma directa los aspectos que intervienen en el proceso de la presencia de los resultados obtenidos a través del conocimiento de campo.

La información obtenida y proporcionada por la muestra, orienta el análisis e interpretación de los mismos; por tanto constituye el indicador para tomar decisiones correctas en cuanto a las modificaciones a implantarse en los temas y contenidos considerados dentro de este campo, a su vez nos permite elaborar conclusiones y recomendaciones para obtener un soporte de resultados y acogerlos para nuestros propósitos y aspiraciones.

3.12. Materiales

Materiales, herramientas Y equipos

- Resma de papel A4
- Flash Memory
- Computador e Impresora
- Windows XP, Service pack 2, Windows 7, Office 2007 – 2010, Open Office de Windows 7, Internet Explorer
- Cuadernos
- Lápiz
- CDs

Talento Humanos

- Encuestadores
- Investigador
- Comerciantes Informales

4.5. PRESUPUESTO

No	Concepto	Cantidad	P/Unitario	V/ Total
01	Internet	70	0.80	56.00
02	Copias	600	0.03	18.00
03	Impresiones	600	0.10	60.00
04	Memoria	2	18	36.00
05	Empastado y anillado	8	15	120.00
06	Movilización	20	10	200.00
07	Viáticos	10	10	100.00
08	Otros	5	10	50.00
	TOTAL			640.00

5. RESULTADOS

5.4. Teoría económica y recaudación tributaria

Ricardo (1959). En su teoría sobre tributación, elaborada en 1817, señala que el problema principal de la economía política, consiste en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan. Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros, a veces en el mismo tiempo.

En concordancia con lo citado anteriormente, el mismo autor señala, que el reparto o distribución de la riqueza, es precisamente la cuestión más susceptible de ser influida por las ideas políticas y sociales, ya que se pone en ella de manifiesto la pugna entre los intereses económicos de las distintas clases sociales. Y por ello, estableció la importancia de los impuestos, puesto que son una parte del producto de la tierra y del trabajo de un país, que se pone a disposición del Gobierno, y su importe se paga, deduciéndolo del capital o de las rentas del país.

Ahora bien, esa capacidad para pagar los impuestos, no depende del valor total en dinero de la masa de mercancías, ni del valor en dinero de los ingresos netos de los capitalistas y terratenientes, sino del valor en dinero de los ingresos de cada individuo, comparados con el valor en dinero de las mercancías que consume habitualmente, para ello, se recurre a una serie de impuestos necesarios para cubrir los gastos del gobierno, entre ellos están: Los impuestos sobre los productos del suelo, impuestos sobre la renta de la tierra, diezmos, impuestos sobre la tierra, impuestos sobre el oro, impuestos sobre edificios, impuestos sobre los beneficios, impuestos sobre los salarios, impuestos sobre mercancías que no son productos del suelo y los impuestos para asistencia a los pobres.

Cabe destacar, que los impuestos vienen a contribuir en el incremento de los ingresos del Estado, aunque los mismos podrían disminuir los beneficios del capital y del trabajo de cada uno de los afectados que cancelan dichos impuestos, aunque según señala Ricardo, “generalmente esos impuestos recaen sobre el consumidor del producto, aunque no en todos los casos, como es el impuesto sobre la renta, que recaería exclusivamente sobre el propietario, quien no podría en modo alguno, trasladarlo a su arrendatario”, pero redundaría en beneficios para una mejor distribución del ingreso, siempre y cuando el Estado se maneje eficientemente. En virtud de ello, uno de los impuestos que contribuiría en disminuir la desigual distribución de la riqueza o del ingreso, sería el impuesto para asistencia a los pobres.

5.5. El Sector Informal dentro del casco comercial del Cantón Quevedo

Algunas calles como: Siete de Octubre, Bolívar, June Guzmán de Cortés, y las transversales desde la Cuarta hasta la Novena, están llenas de comerciantes informales.

Los comerciantes informales expenden ropa confeccionada, zapatos, electrodomésticos, discos compactos, perfumes, medicina natural, comidas rápidas, frutas, refrescos, entre otros.

Según información recabada por los comerciantes informales, los empresarios importan productos de uso diario como ropa, perfumes, zapatos y artículos del hogar que venden a precios bajos, porque su ganancia se ve reflejada en el volumen de ventas.

5.1.1. Características del sector Informal

El sector informal lo conforman los individuos que buscan obtener un ingreso por vías legales y distintas al desempeño de una actividad económica formal debido a que no hay plazas de trabajo para todos, estas actividades caben en lo que se conoce como estrategias de supervivencia.

En Quevedo existen alrededor de 1200 comerciantes minoristas (Anexo.1) que están legalmente registrados y que pertenecen a distintas organizaciones. Las que resaltan en el casco central se identifican en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Características del sector Informal

Tipo de Actividad	Nombre de Asociación	N° de Socios	Característica
CD, Gorras, Reloj Pulseras etc.	01 de Octubre	50	Kioscos
Zapatos, Carteras, Medias, etc.	24 de Mayo	41	Sin Local
Ropa	01 de Septiembre La Bahía	65	La Bahía
Refrescos, Jugos y mas	Comerciantes de Refrescos y afines	39	Triciclos
Frutas	Vendedores de Frutas	25	Sin Local
Todo tipo de comercio	Pequeños comerciantes 4 de Junio	65	Sin Local
Viveres – legumbres	Alegre Amanecer, 20 de mayo, 20 de Agosto	105	Sin Local
Total		390	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

2.3.8. Investigación de Campo

Esta investigación esta ha sido realizada basada en el formato para la encuesta que consta en el (anexo 2).

Pregunta 1.- ¿Nivel de Educación que posee?

CUADRO 2. Nivel de educación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Primaria Completa	8	4%
Primaria Incompleta	77	39%
Secundaria Completa	63	32%
Secundaria Incompleta	30	15%
Superior Completo	6	3%
Superior Incompleta	12	6%
Ninguna	2	1%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

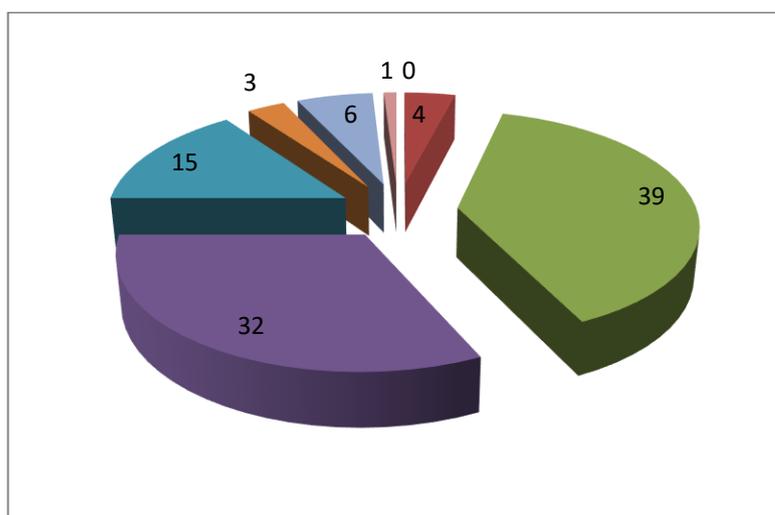


Gráfico. 1: Nivel de Educación

Análisis.

De acuerdo al cuadro 2 y figura 1, el 39 % de la población sujeto de estudio posee un nivel de instrucción de primaria incompleta, seguida por el 32% de secundaria completa, el 15 % dijo tener instrucción secundaria incompleta.

Pregunta 2.- ¿Conoce Usted sobre que es la tributación o pago de Impuesto?

CUADRO 3. Conocimientos de tributación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	140	71%
No	58	29%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

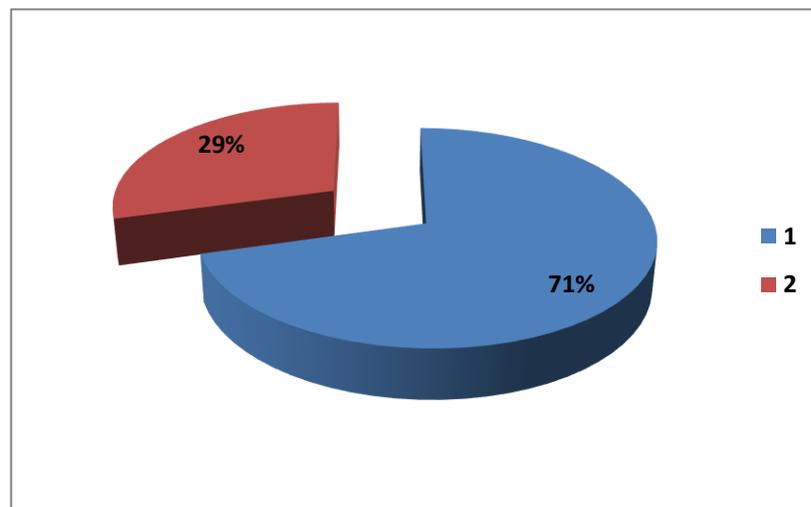


Gráfico. 2: Conocimientos de Tributación

Análisis.

Según lo que se puede ver en el cuadro 3 y figura 2; el 71 % aseguró tener conocimientos sobre tributación o pago de impuestos, mientras que el 29% reconoció no tener conocimiento alguno sobre el tema.

Pregunta.- 3 ¿Sabe usted cómo proceder a la declaración de Impuestos?

Cuadro 4. Procedimientos para declarar impuestos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	115	58%
No	83	42%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

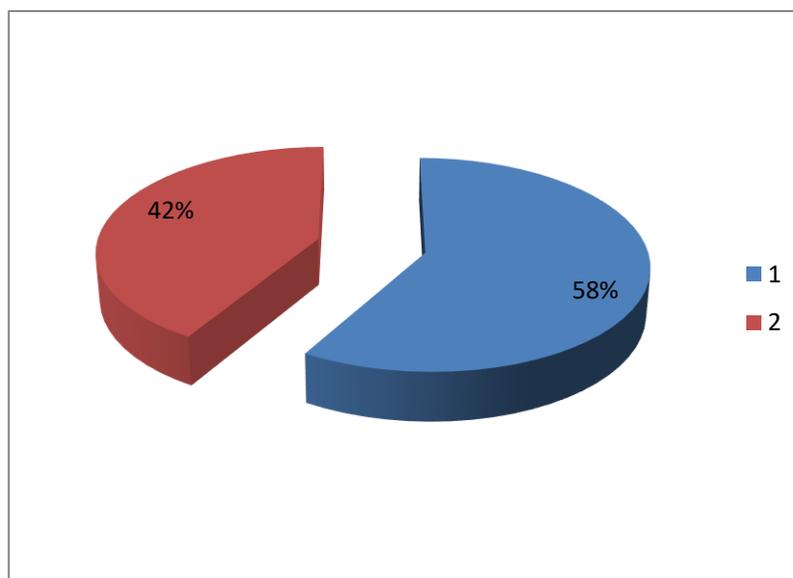


Gráfico. 3: Procedimientos para declarar impuestos

Análisis.

De acuerdo al cuadro 4 y figura 3, el 58 % de los encuestados dijo no conocer los procedimientos para la declaración de impuestos, por su parte el 42 % si reconoció entenderlos.

Pregunta.- 4 ¿El trabajo informal que usted realiza genera suficientes ingresos y utilidades para pagar sus impuestos?

Cuadro 5. Ingresos para pagar impuestos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	145	73%
No	53	27%
total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

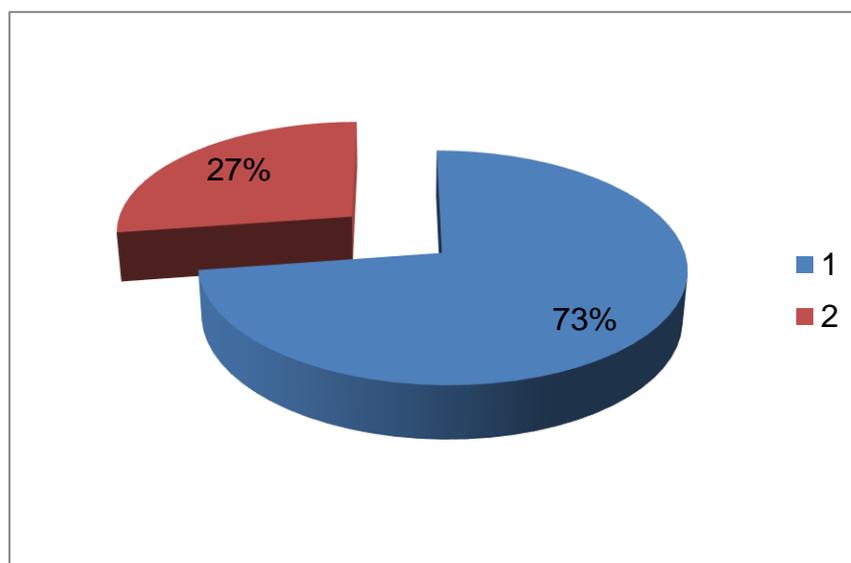


Gráfico. 4: Ingresos para pagar impuestos

Análisis.

Según el cuadro 5 y figura 4, cuando se consultó si el Trabajo Informal que realizan generan suficientes ingresos para sus pagar sus impuestos el 73% dijo que si y el 27% dijo que no.

Pregunta.- 5. ¿Cancela usted sus Impuestos y tributarios?

Cuadro 6. Cancelación de Impuesto

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si al día.	101	51%
Si atrasado.	85	43%
No.	12	6%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

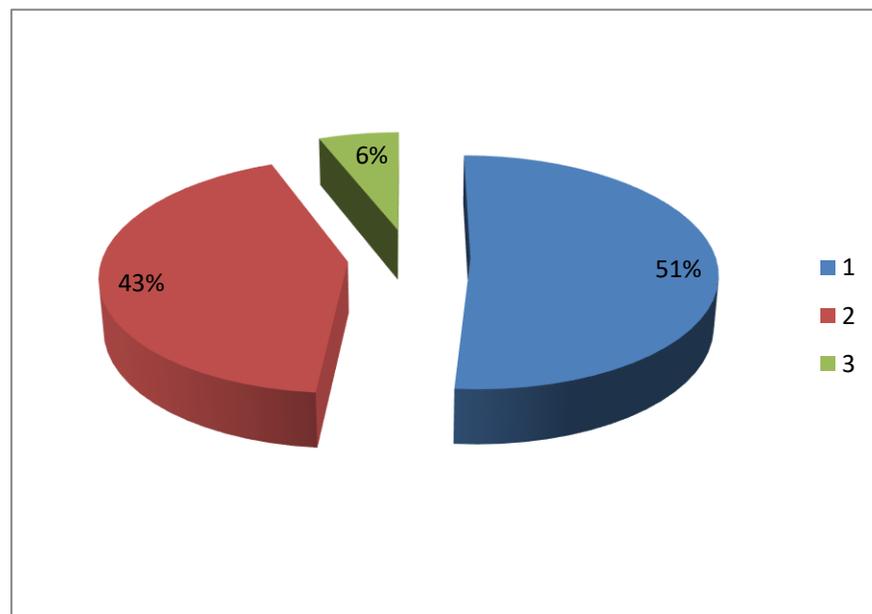


Gráfico. 5: Cancelación de impuestos

Análisis.

De acuerdo al cuadro 6 y figura 5, el 51% dijo que si cancelaban sus impuestos tributarios puntualmente, en tanto que el 43% los pagaba atrasados y el 6% no los pagaba.

Pregunta.- 6 ¿Porque paga sus impuestos atrasados?

Cuadro 7. Causas de Pagos atrasados

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Utiliza el dinero en otra actividad	59	30%
No lleva un control contable adecuado	59	30%
No le presta mucha importancia	53	27%
Falta de tiempo	26	13%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

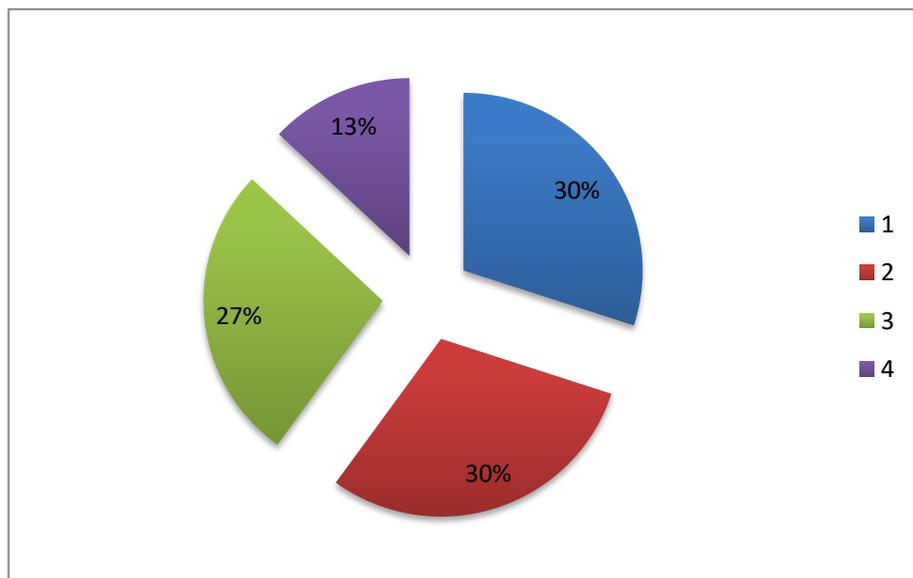


Gráfico. 6: Causa de pagos atrasados

Análisis.

Cuando consultamos por que pagaban sus impuestos atrasados (ver cuadro 7 y figura 6), el 30 % dijo que el dinero lo utilizaba en otra cosa, el 30 % dijo que no llevaba un control contable adecuado, un 27 % dijo que no le prestaba mucha importancia, el 13 % dijo que por falta de tiempo.

Pregunta.- 7 ¿Con que frecuencia considera usted que se atrasa en sus declaraciones?

Cuadro 8. Frecuencia en el atraso de pago de impuesto

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Siempre	32	16%
Eventualmente (pocas veces)	158	80%
Permanentemente (con frecuencia)	8	4%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

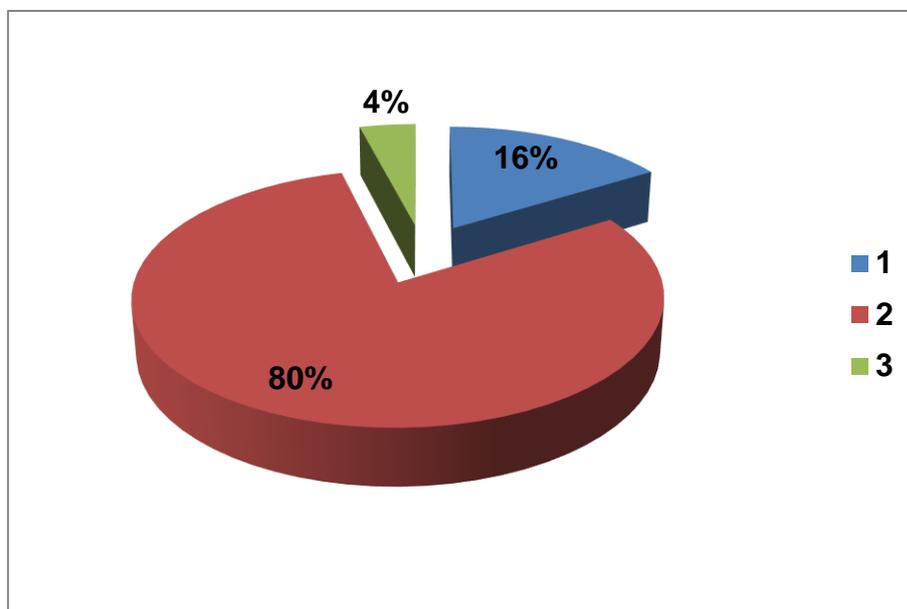


Gráfico. 7: Frecuencia en el atraso de pago impuesto

Análisis.

Según el cuadro 8 y figura 7, el 16 % dijo que siempre se atrasa en sus declaraciones, el 80 % reconoció que pocas veces lo hace y el 4 % con cierta frecuencia.

Pregunta.- 8 ¿Cual es la razón por la que usted no paga impuestos?

Cuadro 9. Razones de no pagar impuestos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Crisis económica	4	40%
No tiene legalizado el negocio	3	30%
Evade impuestos	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

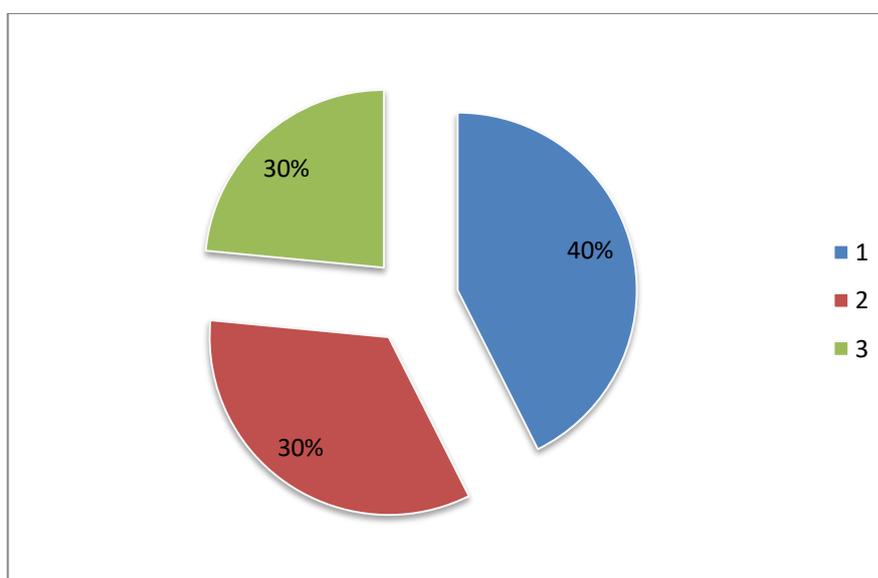


Gráfico. 8: Razones de no pagar impuestos

Análisis.

En cuadro 9 y figura 8, podemos ver que cuando se consultó sobre razón del porqué no pagan sus impuestos el 40% dijo que por crisis económica, el 30% por no tener legalizado el negocio, el 30% evade impuestos.

Pregunta.- 9 ¿A quien acude para solucionar sus problemas de Impuestos?

Cuadro 10. Como solucionar problemas de impuestos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Contador	20	10%
SRI	148	75%
Ninguno	30	15%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

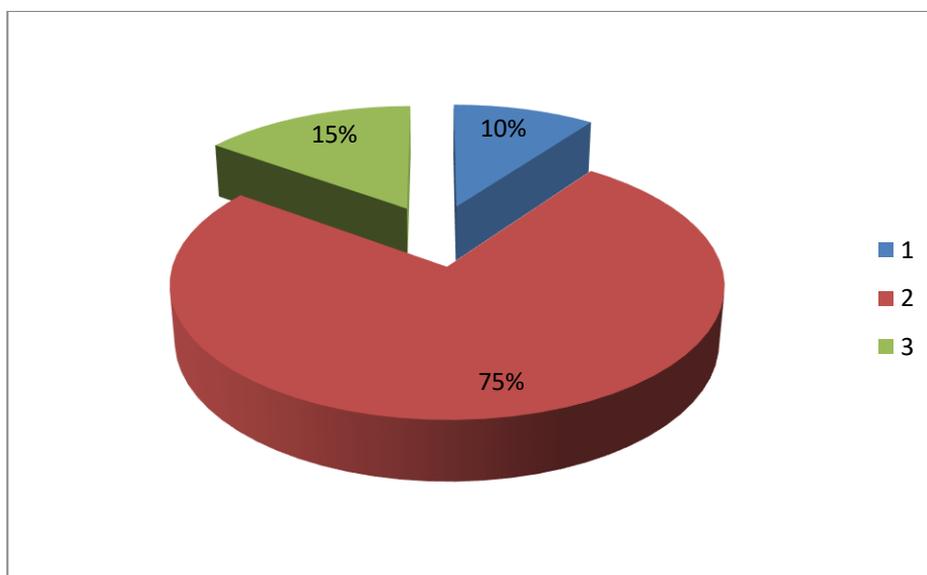


Gráfico. 9: como solucionar problemas de impuestos

Análisis.

Cuando se consultó a quien acudían para solucionar sus problemas de impuestos (ver cuadro 10), el 10% dijo que a un contador, 75% directamente al SRI, 15% dijeron no acudir a ninguno.

Pregunta.- 10 ¿Qué tipo de contribuyente es usted o su representado?

Cuadro 11. Tipo de contribuyente

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Persona natural obligada a llevar contabilidad	83	42%
Persona natural no obligada a llevar contabilidad	115	58%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

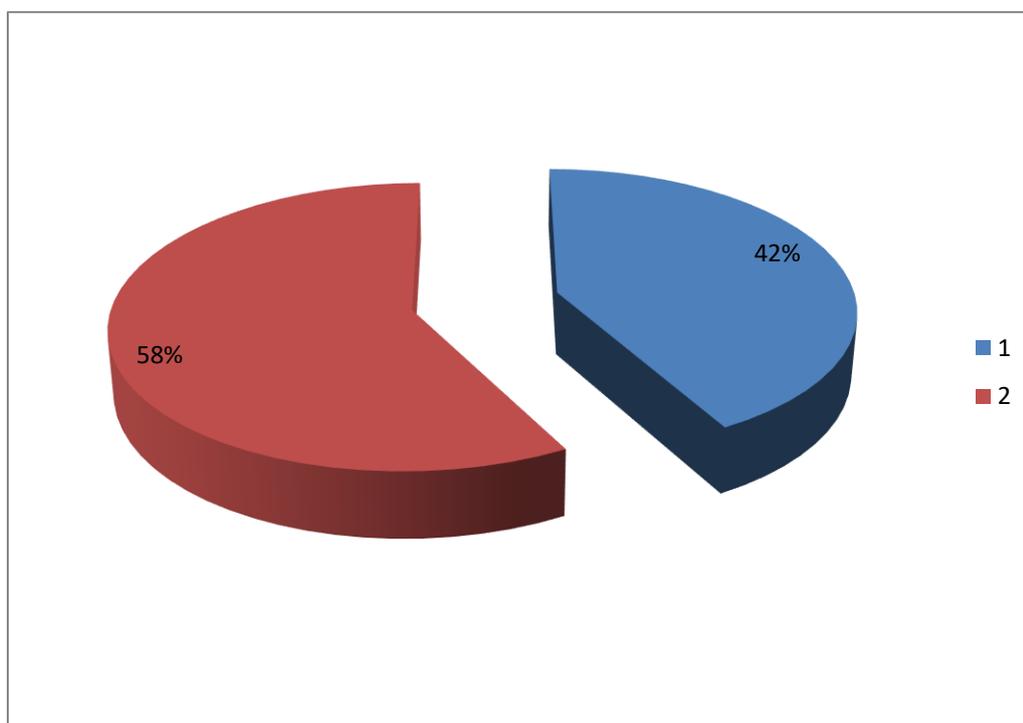


Gráfico. 10: Tipo de contribuyente

Análisis.

Según el cuadro 11 y figura 10, el 42 % resultó ser persona natural obligada a llevar contabilidad y 58 % persona natural no obligada a llevar contabilidad.

Pregunta.- 11 ¿A qué actividad se dedica usted o la empresa que representa?

Cuadro. 12. Tipo de actividad que realiza

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Venta de CD, Gorras, Reloj, otros.	46	23%
Comercio de Ropa, Zapatos	147	74%
Frutas, Bebidas naturales,	6	3%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El Autor

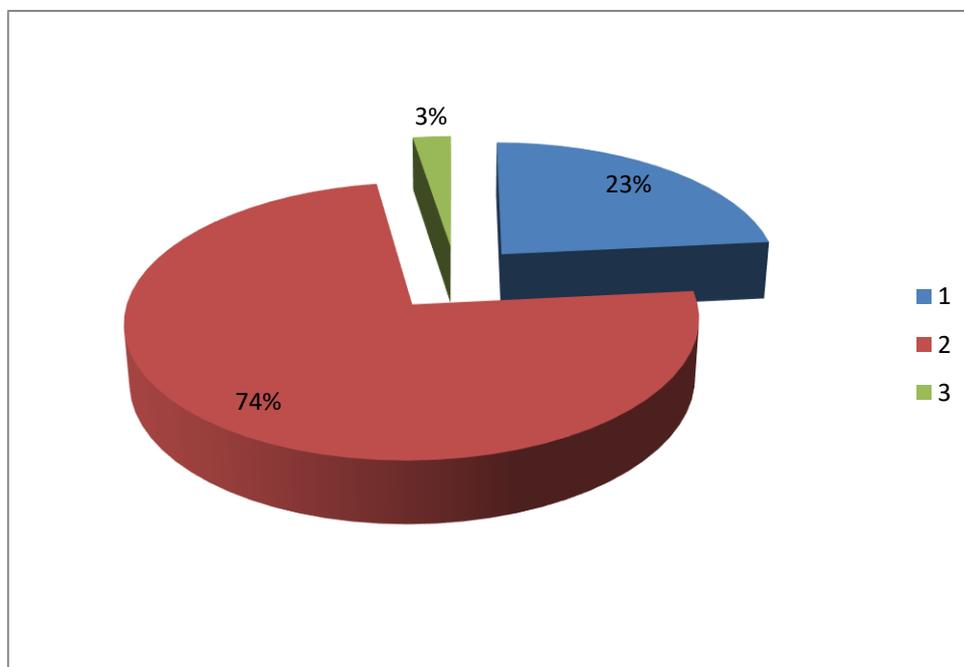


Grafico. 12: Tipo de actividad que realiza

Análisis.

Cuando se consultó sobre la actividad se dedica la empresa o empresario (cuadro 12 y figura 11), el 23% se dedica a la venta de Cd, gorras, Relojes, entre otras cosas, 74% a la venta de Ropa y Zapatos y 3% a lo que son bebidas y frutas.

Pregunta.- 12 ¿Le gustaría tener asesoramiento mediante convenios con la Universidad y el comercio Informal?

Cuadro 13. Convenios mediante Universidad y el comercio

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	172	87%
No	26	13%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

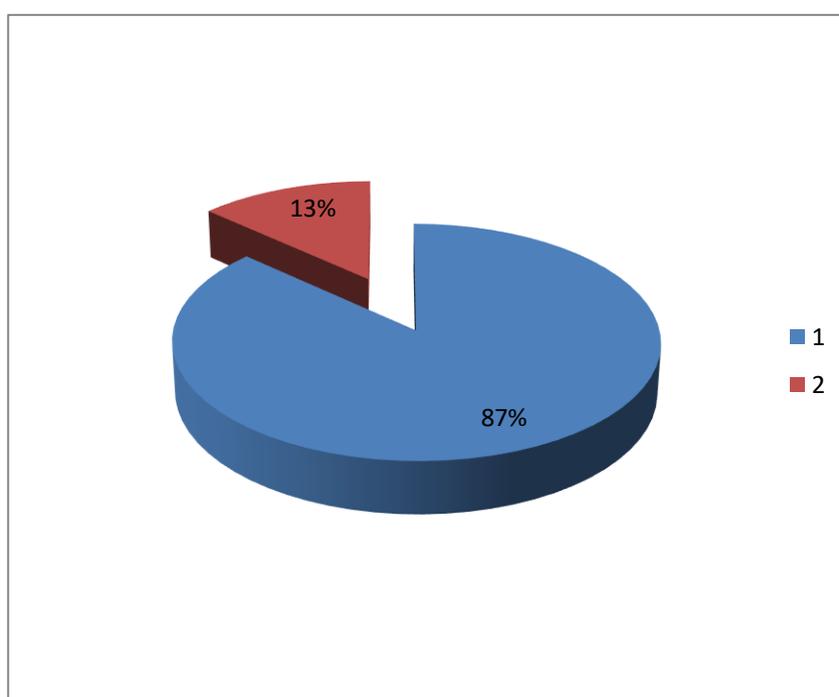


Gráfico. 12: Convenios mediante Universidad y el comercio

Análisis.

Cuando se consultó si les gustaría contar con asesoramiento gratuito mediante convenios entre la Universidad y el Comercio Informal (cuadro 13) el 87 % dijo que si y 13% dijo que no.

Pregunta.- 13 ¿Cree usted que existe poca o mucha información sobre la tributación y el uso de dinero generados por los Impuestos?

Cuadro 14. Información sobre tributación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	141	71%
No	57	29%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

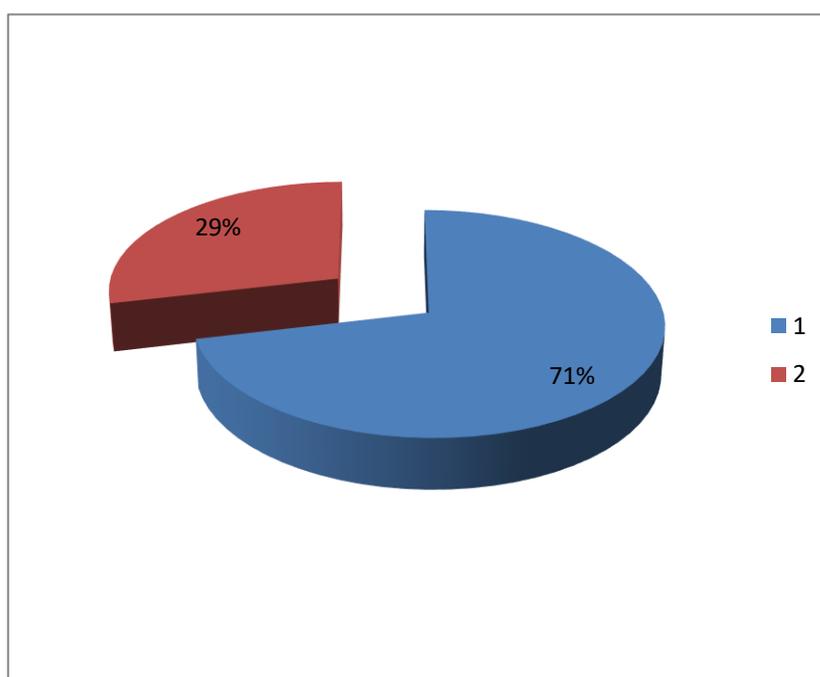


Gráfico. 13: Información sobre tributación

Análisis.

De acuerdo al cuadro 13, si considera que existe información suficiente sobre tributación y el uso de los recursos generados a través de los impuestos; el 71% dijo que si y el 29% dijo que no.

Pregunta.-14 ¿Estaría usted dispuesto a conocer más sobre tributación?

Cuadro 15. Conocer más sobre tributación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	154	78%
No	44	22%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

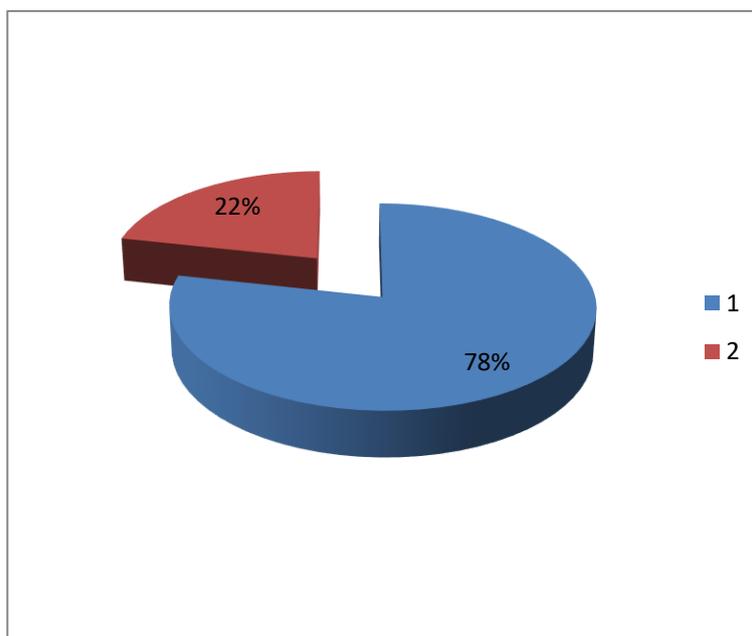


Gráfico. 14: Conocer mas sobre tributación

Análisis.

Según el cuadro 15, el 78% dijo estaría dispuesto a conocer más sobre tributación, mientras que el 22% dijo que no.

Pregunta.- 15 ¿Ha tenido alguna capacitación sobre tributación?

Cuadro 16. Capacitación sobre tributación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	77	39%
No	121	61%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

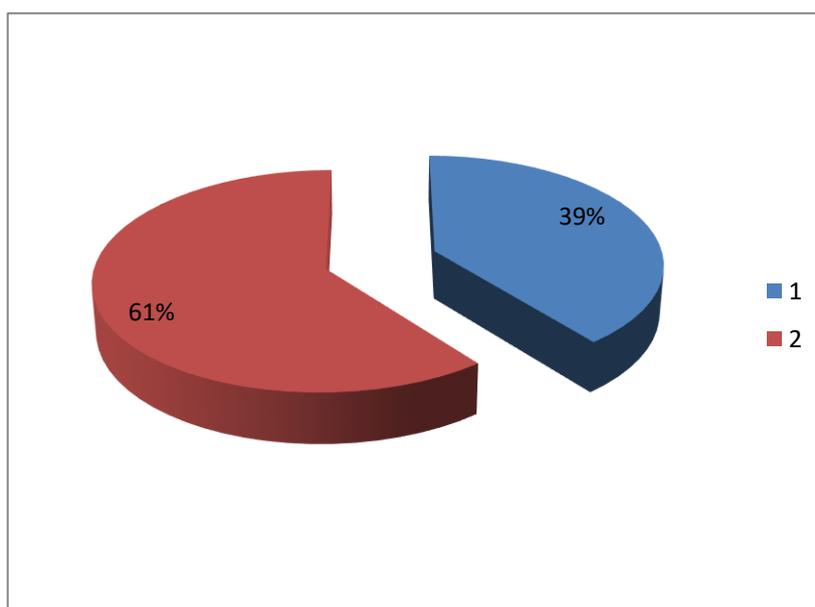


Gráfico.15: Capacitación sobre tributación

Análisis.

Cuando se consultó si había recibido alguna capacitación sobre tributación (ver cuadro 16), el 39% dijo que si y el 61% que no.

Pregunta.- 16 ¿Que institución brindo la capacitación a la que asistió?

Cuadro 17. Institución que brindo la capacitación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
SRI	40	52%
Municipio	31	40%
Organización a la que pertenece	6	8%
Total	77	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

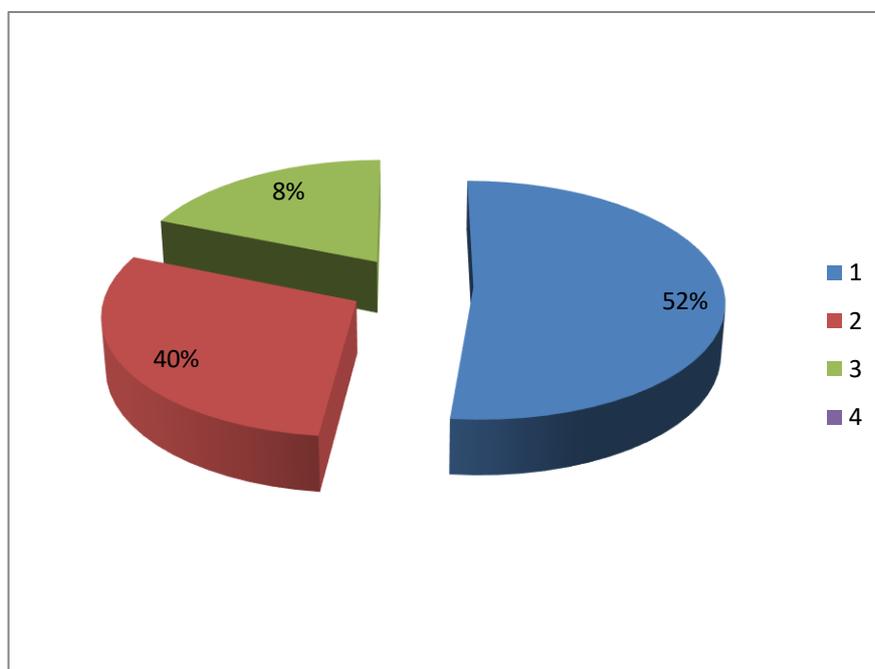


Gráfico. 16: Institución que brindo la capacitación

Análisis.

Según el cuadro 17, sobre que institución brindó capacitación en tributación; el 52% dijo que el SRI, el 40% el Municipio, el 8% dijeron que la organización a la que pertenecen.

Pregunta.- 17 ¿Cree usted que la capacitación recibida fue suficiente?

Cuadro 18. Capacitación recibida

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	50	65%
No	27	35%
Total	77	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

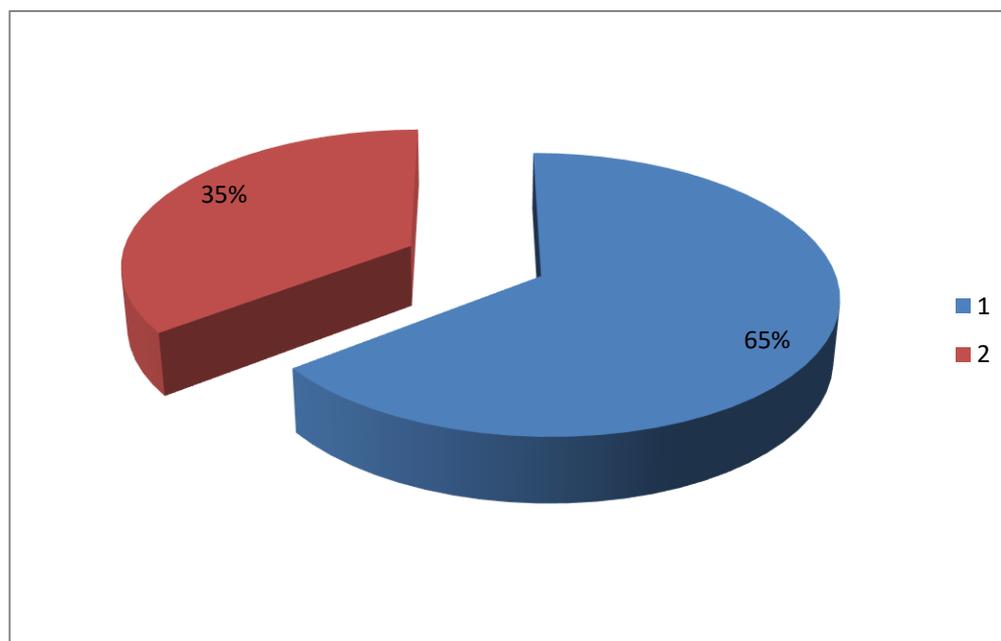


Gráfico. 17: Capacitación recibida

Análisis.

Según el cuadro 18, el 65 % de los encuestados consideraron que la capacitación recibida sobre temas de tributación fue suficiente, mientras que el 35 % reconoció que no

Pregunta.- 18 ¿Considera usted que el SRI o su organización debe realizar eventos de capacitación constantemente?

Cuadro 19. Capacitación constante

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	166	84%
No	32	16%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

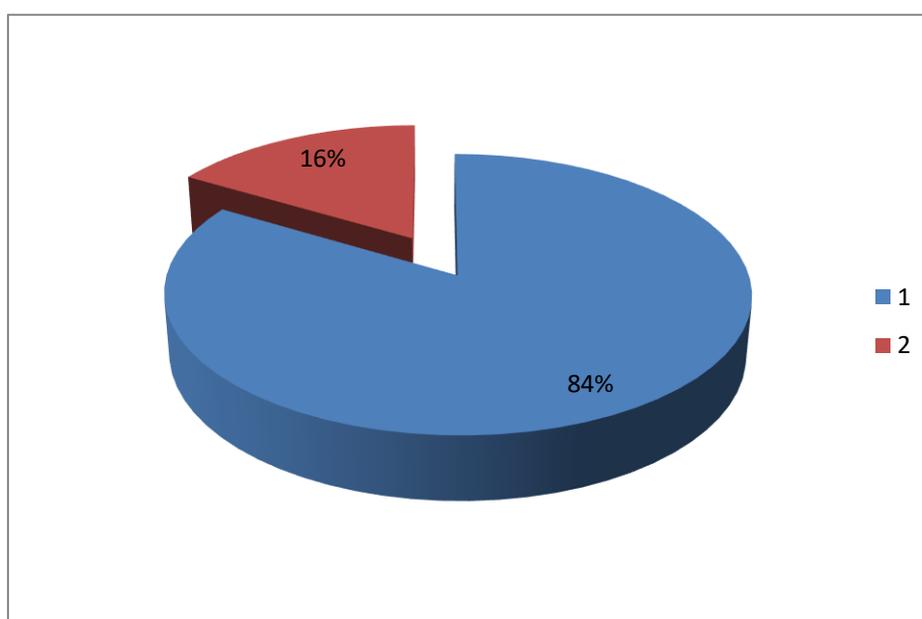


Gráfico. 18: Capacitación constante

Análisis.

De lo que se puede ver en el cuadro 19, el 84 % considera que el SRI debería realizar eventos de capacitación constante, por su parte el 16% dijo que no.

Pregunta.- 19 ¿A su criterio existen facilidades en el SRI para realizar trámites?

Cuadro 20. Facilidades que ofrece el SRI

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	152	79%
No	40	21%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

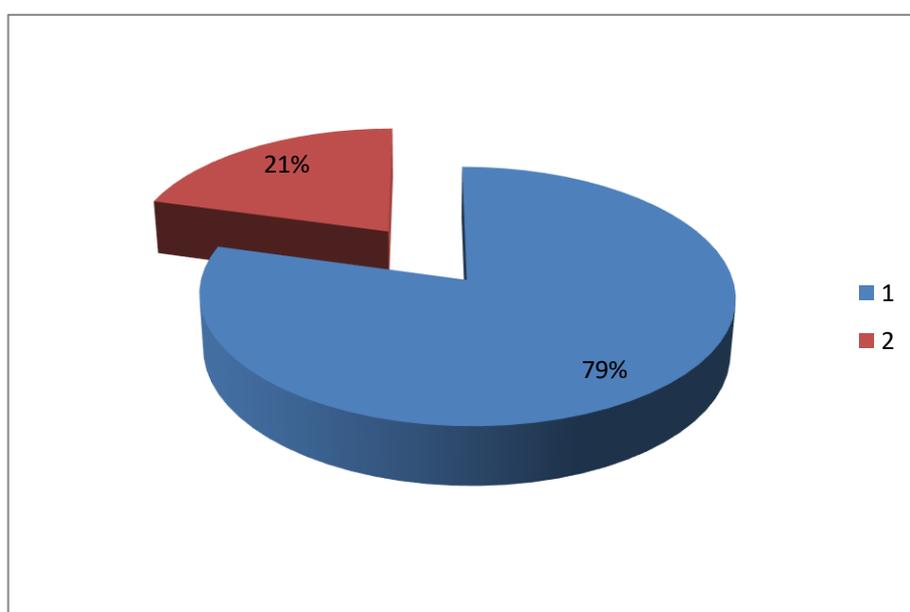


Gráfico. 19: Facilidades que ofrece el SRI

Análisis.

Según el cuadro 20 y figura 19, el 79 % aseguró que si existen facilidades en el SRI para realizar los trámites para las declaraciones tributarias mientras que un 21% dijo que no existen estas facilidades por parte del SRI.

Pregunta.- 20 ¿Considera Usted que la atención recibida en el SRI es?

Cuadro 21. Atención recibida en el SRI

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Excelente	59	30%
Buena	109	55%
Regular	20	10%
Mala	10	5%
Pésima	0	0%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

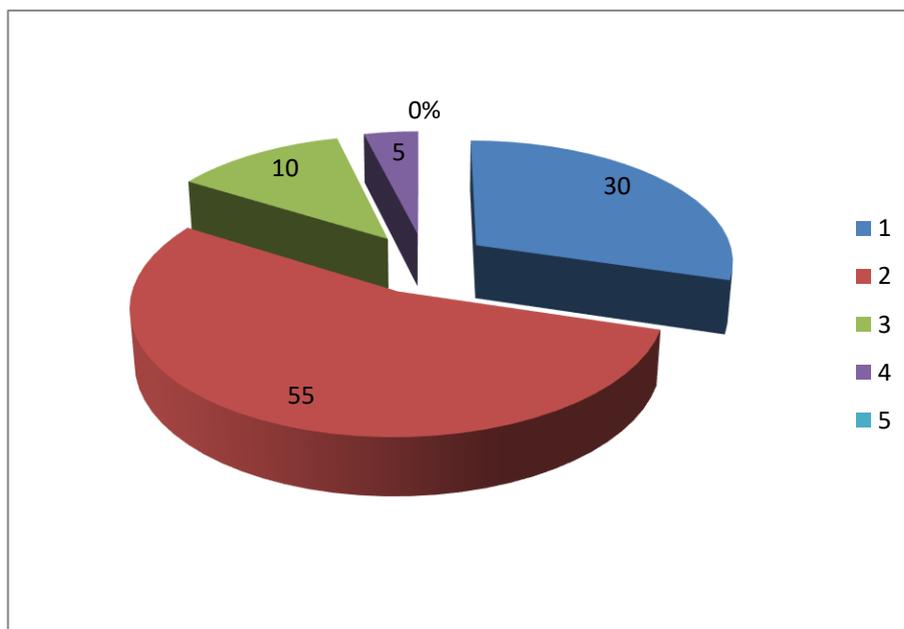


Gráfico. 20: Atención recibida en el SRI

Análisis.

Cuando se consultó sobre la atención recibida por parte del SRI (ver cuadro 21), el 30 % dijo que era excelente, el 55 % que era buena, el 10 % que era regular y el 5% que era mala.

Pregunta 21.- ¿Considera usted que los pagos de impuestos contribuyen al desarrollo del país?

Cuadro 22. Contribución al desarrollo del país

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	158	80%
No	40	20%
Total	198	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

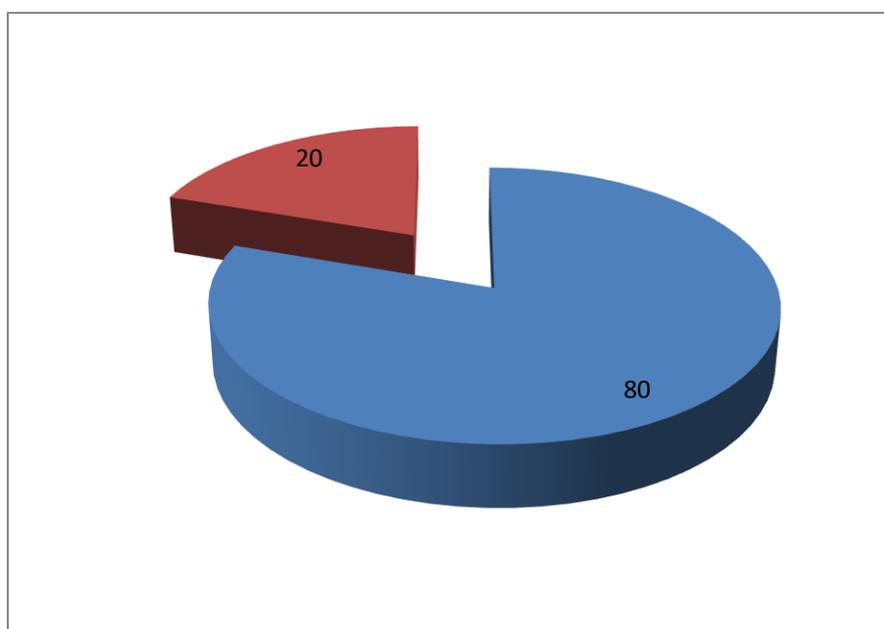


Gráfico. 21: Contribución al desarrollo del país

Análisis.

Cuando se consultó sobre la contribución positiva de los impuestos al desarrollo del país (cuadro 22 y figura 21), el 80 % dijo que si y el 20 % que no.

5.6. La Recaudación Tributaria del Sector Informal

Cuadro. 23

Recaudación de Impuestos anualmente

Recaudación Impuestos	N. Comerciantes Informales	Valor de Recaudaciones	Total
Patentes	390	7.25	3393
RISE	390	1.00	4680
Ocupación Vía Publica	390	0.75 (Diario)	3510
Permiso de Higiene	390	7.25	3393
Total			14.976

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Los comerciantes informales pagan un tributo entre 0.75 diarios al Municipio, por la ocupación de la vía pública y mensualmente hacen sus declaraciones mediante el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano) al SRI de 1.00 (Un dólar mensual). También cancelan el permiso de higiene que es de 7.25 y la patente municipal de 7.25 sumando una contribución anual de \$14.976 (catorce mil novecientos setenta y seis dólares).

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.4. CONCLUSIONES

- Los comerciantes utilizan el dinero para realizar actividades como: Comercio de ropa, zapatos y venta de CD, gorras, reloj, entre otros. No llevan un control contable adecuado, también existe una parte del sector informal que no le presta mucha importancia a sus declaraciones tributarias.
- El 51% de los comerciantes informales paga puntualmente sus impuestos, mientras que un 43% lo realiza con atraso y un 6% no cancela ningún tipo de impuesto.
- Los comerciantes informales pagan un tributo diario al municipio por la ocupación de la vía pública, también hacen sus declaraciones anualmente mediante el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), además cancelan una patente de higiene y otra municipal. La contribución anual por estos conceptos es de \$14,976.
- Entre las causas que motivan la baja recaudación de impuestos en el sector informal, según el 40% se debe a la crisis económica, el 30% considera que evade impuestos, mientras otro 30% explica que no tiene legalizado el negocio.

6.5. RECOMENDACIONES

- Que se promuevan las firmas de convenios de cooperación entre las asociaciones de los pequeños comerciantes con las universidades de Quevedo para capacitar en temas de: tributación, contabilidad aplicada y estrategias de marketing.
- Las autoridades tributarias deben estimular a los comerciantes informales capacitándolos en talleres sobre educación tributaria de manera constante, y adaptables a la realidad y necesidad de los ciudadanos dedicados a esta actividad.
- El gobierno nacional debe realizar planes publicitarios direccionados a crear una conciencia tributaria. Concediendo exoneraciones especiales en este sector.
- Aumentar el apoyo institucional a través de créditos y micro créditos para las personas que quieran formar microempresas complementándolos con capacitaciones para su legalización.

7. BIBLIOGRAFIA

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR: Ley de Régimen Municipal
Gaceta Oficial N° 1.109 Fecha 15 de Junio 2010

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: Edición Estadística Económica –
2011.

BENASSINI, MARCELA: Investigación de Mercado Quinta Edición
México, 347 pág – 2009.

CAMBRONERO, CARLOS: Cultura Tributaria Tomo I Pág. 856 - 2007

CERNA, HUMBERTO: Normativas Laborales Quinta Edición Bogotá. 438
Págs - 2011

CHIAVENATO, IDALBERTO: Administración y Finanzas de Recursos
Humanos Tercera Edición Madrid España 350 Pág - 2006

ENA, LUCIA: Economía Informal. Pág. 51- 2008

FREIRE, PAULO: Labores Informales en América Latina Treceava
Edición Medellín Colombia 475 Pág - 2009

HERNANDEZ, FERNANDO: Sistema de Comercialización Décima
Edición 592 Pág - 2008

JEVON, SWILLIAM: Actividades Comerciales Tomo II Pág. 8, 9, 107 –
2009.

KOTLER, PHILIP: Diccionario Económico Financiero 484 pág. Tercera
Edición Medellín Colombia - 2009

MIRANDA, JOSE: Administración de Recursos Humanos Madrid España Catorceava Edición, Editorial Thompson, 784 pág- 2005

MOCHON, FRANCISCO: Sistema de Gestión Integral – Una sola gestión, un solo equipo – Editorial Norma Colombia Segunda Edición 380 pág – 2008.

MONTOYA, CRISTOBAL: Impuesto al Valor Agregado Editorial Mc Graw – Hill, Séptima Edición México 562 pág - 2007

DAVID, RICARDO: Teoría Económica - 1959

RODRIGUEZ, JOAQUIN: Mercados Tercera Edición Madrid España 380 Pág – 2006.

SARMIENTO, R: Impuesto a la Renta México 516 Pág. Octava Edición – 2009.

BOHLANDER, SNELL: Competencia Perfecta Tomo IV Pág. 7-9, 42-86 – 2008.

SAPAG N. SAPAG, R: Investigación de Mercado Primera Edición México, 180 pág - 2007

TOMAN, MORO: Economía Informal Catorceava Edición Pearson Educación de México. Pp. 620 - 2009

TORRES, J: Ley de defensa comerciantes minoristas Edición. México, 473pág – 2010.

URGATE, JOSE: Comercio Pág. 360. Editorial Editex, S.A. Madrid España – 2009.

WIEGO: (Women in Informal Employment Globalizing and Organizing-2009) Quinta Edition Editorial.

a. Lincografía

- <http://www.monografias.com> Población del Ecuador y de la provincia – Los Ríos, Datos estadísticos del INEC, 2011.- consultado Agosto 16 del 2011 a las 14:33 pm.
- Informe políticas y normas de trabajo y Estadística aplicada a los Negocios en <http://www.mintrab.gov.ec>, consultado el 03 de Septiembre del 2011. A las 14:20 pm.
- <http://books.google.com.ec> Rafael Alberto Paz Parra, Piedrahita Echeverry Mónica, Impuesto, consultado el 07 de Septiembre del 2011. A las 15:20 pm.

ANEXOS

(Anexo 1)





(Anexo 2)
FORMATO DE ENCUESTA
UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ECONOMIA Y FINANZAS
CARRERA ECONOMIA
FECHA:.....

1. ¿Qué nivel de educación posee?
 - Primaria Completa
 - Primaria Incompleta
 - Secundaria Completa
 - Secundaria Incompleta
 - Superior Completo
 - Superior Incompleta
 - Ninguna

2. ¿Conoce usted que es la tributación o pago de impuestos?
 - Si
 - No

3. ¿Sabe usted cómo proceder para la declaración de impuestos?
 - Si
 - No

4. ¿El trabajo informal que usted realiza genera suficiente ingresos y utilidades para pagar sus impuestos?
 - Si
 - No

5. ¿Cancela usted sus impuestos y tributarios
 - Si Al día
 - Si Atrasado
 - No

6. ¿Por qué paga sus impuestos atrasados?

-
- Utiliza el dinero en otra actividad
 - No lleva un control contable adecuado
 - No le presta mucha importancia
 - Falta de tiempo
7. ¿Con qué frecuencia considera Usted que se atrasa en sus declaraciones?
- Siempre
 - Eventualmente (pocas veces)
 - Permanentemente (con frecuencia)
8. ¿Cuál es la razón por la que usted no paga impuestos?
- Crisis económica
 - No tiene legalizado el negocio
 - Evade impuestos
 - Otra (cual).....
9. ¿A quién acude para solucionar su problema de impuestos?
- Contador
 - SRI
 - Ninguno
10. ¿Qué tipo de contribuyente es Usted o su representado?
- Persona natural obligada a llevar contabilidad
 - Persona natural no obligada a llevar contabilidad
11. ¿A qué actividad se dedica Usted o la empresa que representa?
- Venta de Cd, Gorras, Reloj, entre otras
 - Venta de Ropa y Zapatos
 - Venta de Frutas, Bebidas.
12. ¿Le gustaría aportar con el pago de impuestos
- Si
 - No
13. ¿Cree usted que existe poca o mucha información sobre la tributación y el uso de los dineros generados por los impuestos?
- Si
 - No
14. ¿Estaría usted dispuesto a conocer más sobre la tributación
- Si

No

15. ¿Ha tenido alguna capacitación sobre tributación?

- Si
 No

16. ¿Qué institución brindó la capacitación a la que asistió? (solo a los que respondieron si a la pregunta anterior)

- SRI
 Municipio
 Organización a la que pertenece

17. ¿Cree usted que la capacitación recibida fue suficiente?

- Si
 No

18. ¿Considera usted que el SRI o su organización debe realizar eventos de capacitación constantemente?

- Si
 No

19. ¿A su criterio existen facilidades en el SRI para realizar trámites?

- Si
 No

20. ¿Considera usted que la atención recibida en el SRI es:

- Excelente
 Buena
 Regular
 Mala
 Pésima

21. ¿Considera usted que el pago de impuestos contribuye positivamente al desarrollo del país?

- Si
 No