

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**



**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**“MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y DERECHO EMPRESARIAL”**

**TEMA:**

---

**“INCIDENCIA DE LA CIUDADANÍA FISCAL EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LAS PERSONAS NATURALES QUE PRESTAN SERVICIOS PROFESIONALES EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL PERÍODO FISCAL 2011”**

---

**Trabajo de Investigación**

**Previa a la obtención del Grado Académico de Magister en Tributación y  
Derecho Empresarial**

**AUTORA: Ing. ELVA AIDEE LLERENA BARRENO**

**DIRECTOR: Eco. Mg. NELSON RODRIGO LASCANO AIMACAÑA**

**AMBATO - ECUADOR**

**2013**

Al Consejo de Posgrado de la UTA.

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: “Incidencia de la Ciudadanía Fiscal en la recaudación tributaria de las personas naturales que prestan servicios profesionales en la ciudad de Ambato en el período fiscal 2011”, presentado por la maestrante Ing. Elva Aidee Llerena Barreno y conformado por: Dr. Mg. Carlos Alberto Barreno Córdova, Dra. Mg. Anita Lucía Larrea Bustos, Dra. Patricia Paola Jiménez Estrella Miembros del Tribunal, Eco. Mg. Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña, Director del trabajo de investigación y presidido por: Dr. Mg. Guido Hernán Tobar Vasco, Presidente del Tribunal e Ing. Mg. Juan Garcés Chávez Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

-----  
Dr. Mg. Guido Hernán Tobar Vasco  
Presidente del Tribunal de Defensa

-----  
Ing. Mg. Juan Enrique Garcés Chávez  
DIRECTOR CEPOS

-----  
Eco. Mg. Nelson Lascano Aimacaña  
Director de Trabajo de Investigación

-----  
Dr. Mg. Carlos Alberto Barreno Córdova  
Miembro del Tribunal

-----  
Dra. Mg. Anita Lucía Larrea Bustos  
Miembro del Tribunal

-----  
Dra. Mg. Patricia Paola Jiménez Estrella  
Miembro del Tribunal

## AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: “**Incidencia de la Ciudadanía Fiscal en la recaudación tributaria de las personas naturales que prestan servicios profesionales en la ciudad de Ambato en el período fiscal 2011**”, nos corresponde exclusivamente a: Ing. Elva Aidee Llerena Barreno, Autora y Eco. Mg. Nelson Lascano Aimancaña, Director del Trabajo de Investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

.....  
Ing. Elva Aidee Llerena Barreno  
**Autor**

.....  
Eco. Mg. Nelson Lascanano Aimaña  
**Director**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizó a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

.....  
**Ing. Elva Aidee Llerena Barreno**  
**AUTOR**

A mi esposo Byron y a mis hijos María Emilia y David Josué.  
Por ser mi luz, mi apoyo y mi mayor tesoro.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que permitieron que este trabajo se plasme en una realidad, gracias por ser mi guía y apoyo: Eco. Mg. Nelson Lascano, Dra. Mg. Anita Larrea, Dr. Mg. Carlitos Barreno, Dra. Mg. Patricia Jiménez. A mis amigos: Eduardo y Belén. Mil gracias a mi mami Elva Barreno, a mi papi Luis A. Llerena (+) a mis cuñados Ceci y Aquiles Naranjo, y a toda mi familia por su apoyo incondicional.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xv
INTRODUCCIÓN	1
<i>CAPÍTULO I</i>	2
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Tema de investigación	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Contextualización	3
1.2.1.1. Contexto macro	3
1.2.1.2. Contexto meso	4
1.2.1.3. Contexto micro	4
1.2.2. Análisis crítico	6
1.2.2.1. Árbol de problemas	6
1.2.2.2. Relación causa-efecto	6
1.2.3. Prognosis	7
1.2.4. Formulación del problema	8
1.2.5. Preguntas directrices	8
1.2.6. Delimitación	8
1.3. Justificación	9
1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10

<i>CAPÍTULO II</i>	11
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes investigativos	11
2.2. Fundamentaciones	23
2.2.1. Fundamentación filosófica	23
2.2.2. Fundamentación legal	24
2.3. Categorías fundamentales	26
2.3.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema	26
2.3.1.1. Marco conceptual variable independiente	27
2.4. La Administración Tributaria: Factor estructurante del comportamiento fiscal.	32
2.4.1. Marco conceptual variable dependiente	42
2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados	52
2.4.2.1. Superordinación Conceptual	52
2.4.2.2. Subordinación conceptual	53
2.5. Hipótesis	53
2.5.1. Elementos de la hipótesis	53
 <i>CAPÍTULO III</i>	 54
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.1. Enfoque	54
3.2. Modalidad básica de la investigación	55
3.2.1. Investigación de campo	55
3.2.2. Investigación bibliográfica-documental	56
3.3. Nivel o Tipo de Investigación	56
3.3.1. Investigación asociación de variables.	56
3.3.2. Investigación exploratoria	57
3.3.3. Investigación descriptiva	58
3.4. Población y Muestra	59
3.4.1. Definir la población	59
3.4.2. Determinar la muestra	59

3.5.	Operacionalización de las variables _____	61
3.5.1.	Operacionalización de la variable independiente _____	62
3.5.2.	Operacionalización de la variable Dependiente _____	63
3.6.	Recolección de información _____	64
3.6.1.	Plan para la recolección de información _____	64
3.7.	Procesamiento y análisis _____	67
3.7.1.	Plan de Procesamiento de información _____	67
3.7.2.	Plan de análisis e interpretación de resultados _____	68
 <i>CAPÍTULO IV</i> _____		 70
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS _____	70
4.1.	Análisis e interpretación de los resultados _____	70
4.1.1.	Análisis e Interpretación de la Encuesta _____	70
4.2.	Verificación de hipótesis _____	104
4.3.	Planteamiento de la Hipótesis _____	105
4.3.1.	Selección del nivel de significancia _____	105
4.3.2.	Descripción de la Población _____	105
4.3.3.	Especificación del Estadístico _____	105
4.3.4.	Cálculo de grados de libertad _____	105
4.3.5.	Recolección de datos y cálculo de los estadísticos _____	108
4.3.6.	Frecuencias esperadas _____	109
4.3.7.	Cálculo matemático _____	110
4.3.8.	Decisión final _____	112
 <i>CAPÍTULO V</i> _____		 113
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	113
5.1.	Conclusiones _____	113
5.2.	Recomendaciones _____	114

<i>CAPÍTULO VI</i>	116
6. PROPUESTA	116
6.1. Datos informativos	116
6.2. Antecedentes de la propuesta	117
6.3. Justificación	118
6.4. Objetivos	119
6.5. Análisis de factibilidad	120
6.6. Fundamentación científico técnica	121
6.7. Metodología. Modelo operativo	127
6.8. Administración de la propuesta	149
6.9. Previsión de la evaluación	155
BIBLIOGRAFÍA	156
ANEXOS	160
ANEXO No. 1: Matriz	161
ANEXO No. 2: Población de 24 años y más con título reconocido	162
ANEXO No. 3: Profesionales	163
ANEXO No. 4: Cuestionario	167
ANEXO No. 5: Proforma de Tarifas propuestas (Radio Canela)	171
ANEXO No. 6: Tarifas Publicitarias Unimax 2013	172

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Plazos para presentación de la declaración de impuestos _____	26
Tabla N° 2: Variable independiente _____	62
Tabla N° 3: Variable Dependiente _____	63
Tabla N° 4: Técnicas a ser utilizadas _____	66
Tabla N° 5: Sexo _____	71
Tabla N° 6: Profesión _____	72
Tabla N° 7: Título alcanzado _____	75
Tabla N° 8: Años de ejercicio profesional _____	76
Tabla N° 9: Ingreso mensual profesional _____	78
Tabla N° 10: Otros ingresos mensuales _____	79
Tabla N° 11: Razón por la que usted NO pagaría sus impuestos _____	81
Tabla N° 12: Porque pagan impuestos _____	82
Tabla N° 13: Dificultades al declarar sus impuestos _____	84
Tabla N° 14: Quien llena formularios para la declaración de sus impuestos _____	86
Tabla N° 15: Conceptos _____	87
Tabla N° 16: Se está cumpliendo con el pago de impuestos _____	89
Tabla N° 17: Por qué cree que ahora se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos _____	91
Tabla N° 18: Servicios que ha mejorado con el pago de impuestos _____	92
Tabla N° 19: Denuncia o denunciaría quien no declara sus impuestos _____	94
Tabla N° 20: Cuándo se debe denunciar a los que no pagan impuestos _____	95
Tabla N° 21: Valor tributado de impuesto a la renta en el 2011 _____	97
Tabla N° 22: 2. ¿Cuál es su profesión? * 17. ¿Qué valor tributó de impuesto a la renta en el 2011? _____	99
Tabla N° 23: Valores pagados al servicio de rentas internas _____	102
Tabla N° 24: Distribución Chi Cuadrado _____	107
Tabla N° 25: Tabla de contingencia _____	108
Tabla N° 26: Frecuencias esperadas _____	109
Tabla N° 27: Cálculo Matemático Chi Cuadrado _____	110

Tabla N° 28: Análisis FODA del SRI _____	129
Tabla N° 29: Matriz de evaluación de factores externos _____	130
Tabla N° 30: Matriz de evaluación de factores internos _____	131
Tabla N° 31: Selección de una opción estratégica _____	132
Tabla N° 32: Ventaja diferencial _____	134
Tabla N° 33: Análisis de estrategias _____	137
Tabla N° 34: Diálogo televisión _____	140
Tabla N° 35: Estrategia de medios (Tv) Campaña de posicionamiento _____	141
Tabla N° 36: Diálogo Radio Canela _____	143
Tabla N° 37: Estrategia de medios (Radio) Campaña de posicionamiento (Radio Canela y Radio Caracol) _____	144
Tabla N° 38: (Cuñas o menciones) _____	144
Tabla N° 39: Presupuesto _____	149
Tabla N° 40: Matriz de evaluación y seguimiento de la propuesta _____	151
Tabla N° 41: Previsión de la evaluación _____	155

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Superordinación Conceptual_____	52
Gráfico N° 2: Subordinación conceptual_____	53
Gráfico N° 3: Sexo _____	71
Gráfico N° 4: Profesión _____	73
Gráfico N° 5: Título alcanzado _____	75
Gráfico N° 6: Años de ejercicio profesional _____	77
Gráfico N° 7: Ingreso mensual profesional_____	78
Gráfico N° 8: Otros ingresos mensuales _____	80
Gráfico N° 9: Razón por la que usted NO pagaría sus impuestos_____	81
Gráfico N° 10: Porque pagan impuestos _____	83
Gráfico N° 11: Dificultades al declarar sus impuestos _____	84
Gráfico N° 12: Quien llena formularios para la declaración de sus impuestos	86
Gráfico N° 13: Conceptos _____	88
Gráfico N° 14: Se está cumpliendo con el pago de impuestos _____	90
Gráfico N° 15: Por qué cree que ahora se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos _____	91
Gráfico N° 16: Servicios que ha mejorado con el pago de impuestos _____	93
Gráfico N° 17: Denuncia o denunciaría quien no declara sus impuestos _____	94
Gráfico N° 18: Cuándo se debe denunciar a los que no pagan impuestos _____	96
Gráfico N° 19: Valor tributado de impuesto a la renta en el 2011 _____	97
Gráfico N° 20: ¿Cuál es su profesión? y 17 ¿Qué valor tributó de impuesto a la renta en el 2011? _____	101
Gráfico N° 21: Análisis de contingencia _____	109
Gráfico N° 22: Función de densidad_____	111
Gráfico N° 23: Plan de comunicación_____	127
Gráfico N° 24: Redes sociales _____	142
Gráfico N° 25: Mensajería _____	145
Gráfico N° 26: Publicidad Móvil _____	145
Gráfico N° 27: Publicidad en prensa _____	146

Gráfico N° 28: Publicidad en prensa	147
Gráfico N° 29: Publicidad en prensa	148
Gráfico N° 30: Publicidad en prensa	150

**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE ESTUDIOS POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y DERECHO EMPRESARIAL**

**“INCIDENCIA DE LA CIUDADANÍA FISCAL EN LA RECAUDACIÓN  
TRIBUTARIA DE LAS PERSONAS NATURALES QUE PRESTAN  
SERVICIOS PROFESIONALES EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL  
PERÍODO FISCAL 2011”**

Autora: Ing. Elva Aidee Llerena Barreno

Director: Eco. Mg. Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña

Fecha: 12 – diciembre- 2012

**RESUMEN**

En la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, de la República del Ecuador a pesar de los esfuerzos que las autoridades del Servicio de Rentas Internas han realizado aún el porcentaje de personas y dentro de estas exclusivamente los profesionales que realizan actividades de prestación de servicios, ni siquiera constan registradas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o si lo están no es su práctica habitual el facturar y declarar sus impuestos, muchas veces esto se traduce en palabras técnicas como deficiente ciudadanía fiscal, siendo esta uno de los principales fenómenos que afectan a la realización de más obras para la ciudad.

En el CAPITULO I, se plantea el problema que ayude a desarrollar una ciudadanía fiscal a nivel nacional por lo que se ha tomado en cuenta el proceso y entorno de investigación, para que permita cumplir los objetivos generales y específicos.

En el CAPITULO II, se desarrolla el marco teórico basado en la orientación filosófica, la que corresponde a la base legal, las categorizaciones que sustentan la investigación, en donde se detalla la visión dialéctica y las conceptualizaciones que sustentan las variables de estudio, incluyendo gráficas de inclusión interrelacionados de superordinación y subordinación que permiten apreciar de mejor manera el campo de acción del tema planteado. Además se define la hipótesis la cual busca determinar la incidencia en la recaudación fiscal de la provincia y del país.

El CAPITULO III, se aprecia la metodología utilizada en la investigación, en base al tema presentado permite operacionalizar las variables y determinar el enfoque que se le da a la investigación, planteando algunas técnicas de recolección de información que permitirán probar la hipótesis planteada.

En el CAPITULO IV, se presenta el análisis e interpretación de resultados en el cual se presentan los estudios de las encuestas y además se verifica la hipótesis.

En el CAPÍTULO V, se aprecia las conclusiones y recomendaciones que se realizan gracias a los resultados obtenidos en la investigación. Los cuales sirven para exponer una mejor propuesta en la investigación.

En el CAPÍTULO VI se puede apreciar la Propuesta, en la cual se considera que un plan de comunicación para incentivar la ciudadanía fiscal en los profesionales en la ciudad de Ambato, como plan piloto, sería ideal para que exista cultura tributaria en los ciudadanos del cantón y pueda replicarse a las demás ciudades del país.

**Descriptor:** Ciudadanía fiscal, cultura tributaria, evasión, impuestos, cumplimiento, voluntario, profesionales.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**POSTDEGREE STUDY CENTER**  
**MASTER IN TAXATION AND BUSINESS LAW**

**"IMPACT OF FISCAL CITIZENSHIP IN TAX COLLECTION OF INDIVIDUALS  
WHO PROVIDE PROFESSIONAL SERVICES IN THE CITY OF AMBATO IN  
FISCAL 2011"**

Author: Ing. Elva Aidee Llerena Barreno

Tutor: Eco. Mg. Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña

Date: 12 – diciembre- 2012

**SUMMARY**

In the city of Ambato, Tungurahua Province, Republic of Ecuador despite efforts by the authorities of the Internal Revenue Service have been made yet and the percentage of people within these professionals exclusively engaged in providing services, person not being even registered in the Register of Taxpayers (RUC) or if you are not his usual practice to declare their tax bill and often this results in poor technical words as fiscal citizenship, this being one of the major phenomena affect the performance of more work for the city.

In Chapter I, the question arises as to help develop a national fiscal citizenship so it has taken account of the process and research environment for to meeting the general and specific objectives.

In Chapter II, the theoretical framework is developed based on the philosophical orientation, which corresponds to the legal basis, the categorizations that support research, detailing the dialectic and conceptualizations which underpin

the study variables, including graphics interrelated inclusion of subordination and subordination that allow better appreciate the scope of the issue raised. It also defines the hypotheses that determine the impact on tax revenue of the province and the country.

Chapter III, shows the methodology used in the research, based on the theme presented allows operationalize the variables and determine the approach that is given to research, raising some data collection techniques that allow you to test the hypothesis.

In Chapter IV presents the analysis and interpretation of results in which there are studies and surveys also verifies the hypothesis.

In Chapter V, we see the conclusions and recommendations made by the research results. Which serve to exhibit better research proposal.

In Chapter VI we can see the Proposal, which is considered a communication plan to encourage citizenship tax professionals in the city of Ambato, as a pilot, there would be ideal for citizens tax culture in the canton and can be replicated to other cities.

**Descriptors:** Fiscal Citizenship, culture tax evasion, tax compliance, voluntary, professional.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por finalidad realizar un enfoque de un tema nuevo en el Ecuador, pero que se ha implementado en otros con resultados favorables se está hablando de la ciudadanía fiscal, aquí las características de la relación entre el Estado y los ciudadanos, definen gran parte del comportamiento fiscal.

Pero ¿Cuáles son los principales factores que influyen en la construcción de una ciudadanía fiscal de un país? ¿Se pueden identificar estrategias específicas y construir un pacto fiscal fortaleciendo la moral tributaria de una sociedad?

Es así que este estudio se lo ha realizado con las personas naturales que ofrecen servicios profesionales en la ciudad de Ambato, para en lo posterior poder replicar con otros profesionales de ser el caso.

La ciudadanía fiscal de las personas profesionales está íntimamente ligado a la evasión fiscal y por lo tanto en la recaudación fiscal para desarrollar este trabajo de investigación, los puntos de vista de las personas involucradas en este tema, el soporte técnico de expertos en materia y los argumentos de profesionales que administran el Servicio de Rentas Internas, permitirán proyectar alternativas para que la evasión tributaria pierda adeptos y la buena práctica de cumplir con la obligación de tributar se vaya convirtiendo en agente multiplicador en la sociedad.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema de investigación**

“Incidencia de la Ciudadanía Fiscal en la recaudación tributaria de las personas naturales que prestan servicios profesionales en la ciudad de Ambato en el período fiscal 2011”.

## **1.2. Planteamiento del problema**

### **1.2.1. Contextualización**

#### **1.2.1.1. Contexto macro**

En la República del Ecuador ciudadanía fiscal, que es parte de la educación tributaria es un tema que cada día va desarrollándose y lo hace en diferentes ámbitos, desde la contribución de los estados seccionales, en la Corporación Aduanera Ecuatoriana así como también con el Servicio de Rentas Internas (SRI), y es precisamente en este último organismo nombrado en donde se centrará la atención

La evasión tributaria es un fenómeno complejo. No existen causas ni soluciones únicas. Sin embargo, un factor determinante es la moral del contribuyente. Si bien el cumplimiento fiscal es un deber ciudadano, una de las cuestiones que se plantean cuando se explora la evasión en los países con incumplimiento tributario.

Tomando como referencia una publicación de (**Diario Hoy, 2002, Internet**) que dice: En el plano nacional no debe escaparse un análisis del comportamiento tradicional más bien renuente de los ciudadanos, en cuanto al uso de los comprobantes de pago y al hecho de que la exigencia sobre el sistema de facturación, fuera aceptándose progresivamente.

La evasión fiscal, es uno de los principales fenómenos que afectan a los Sistemas Tributarios y a la recaudación fiscal de los países. De ahí radica la importancia de su estudio.

### **1.2.1.2. Contexto meso**

Tungurahua es una provincia con una cultura tributaria bastante buena, aunque está por debajo de Pichincha, Guayas, y Azuay; tiene un aporte significativo por cada habitante de la misma.

La provincia de Tungurahua, con una ubicación privilegiada al estar en el centro del Ecuador, quizá es lo que ha impulsado a que su gente sea emprendedora, trabajadora y esto se ve reflejado sin duda en el continuo crecimiento de empresas, y microempresas que a más de dar fuentes de trabajo también deben cumplir con las disposiciones de lo que implica el tributar.

Y tomando lo que fue publicado en la sección *explored* de **(Diario el Hoy 2005: Internet)** dice:

En términos muy simples, educación tributaria quiere decir que todos los contribuyentes deben hacer, a tiempo y con exactitud las declaraciones tributarias que correspondan; pero, sobre todo, que paguen los impuestos sin ocultamientos ni trampas. Sí, muy simple de enunciar, pero al mismo tiempo difícil de realizar y, por desgracia, no muy frecuente.

### **1.2.1.3. Contexto micro**

En la ciudad de Ambato existen personas naturales que brindan servicios profesionales, muchos de los cuales, aun no tienen la suficiente confianza de incorporarse en el registro único de contribuyentes y asumir su rol de buenos ciudadanos que a más de cumplir con una obligación puedan sentir los beneficios que este conlleva.

De igual manera, se habla de Ambato como ciudad próspera y con gente que demuestra interés en todo lo que significa cultura existen organismos e instituciones comprometidas como el SRI, y la Dirección de Educación que permanentemente se encuentran emprendiendo campañas para generalizar cada vez más esta cultura tributaria.

Tomando lo publicado en diario el Herald, una publicación del 10 de noviembre del 2009, donde resalta: Promover la cultura tributaria es parte de la gestión del Servicios de Rentas Internas que cada día busca sembrar en los ciudadanos el hábito de pagar impuestos.

Las estrategias son variadas y una de ellas son los convenios interinstitucionales, como con la Dirección de Educación. La entidad establece la educación tributaria como campo de acción en la que participan los estudiantes de terceros de bachillerato que estudian contabilidad.

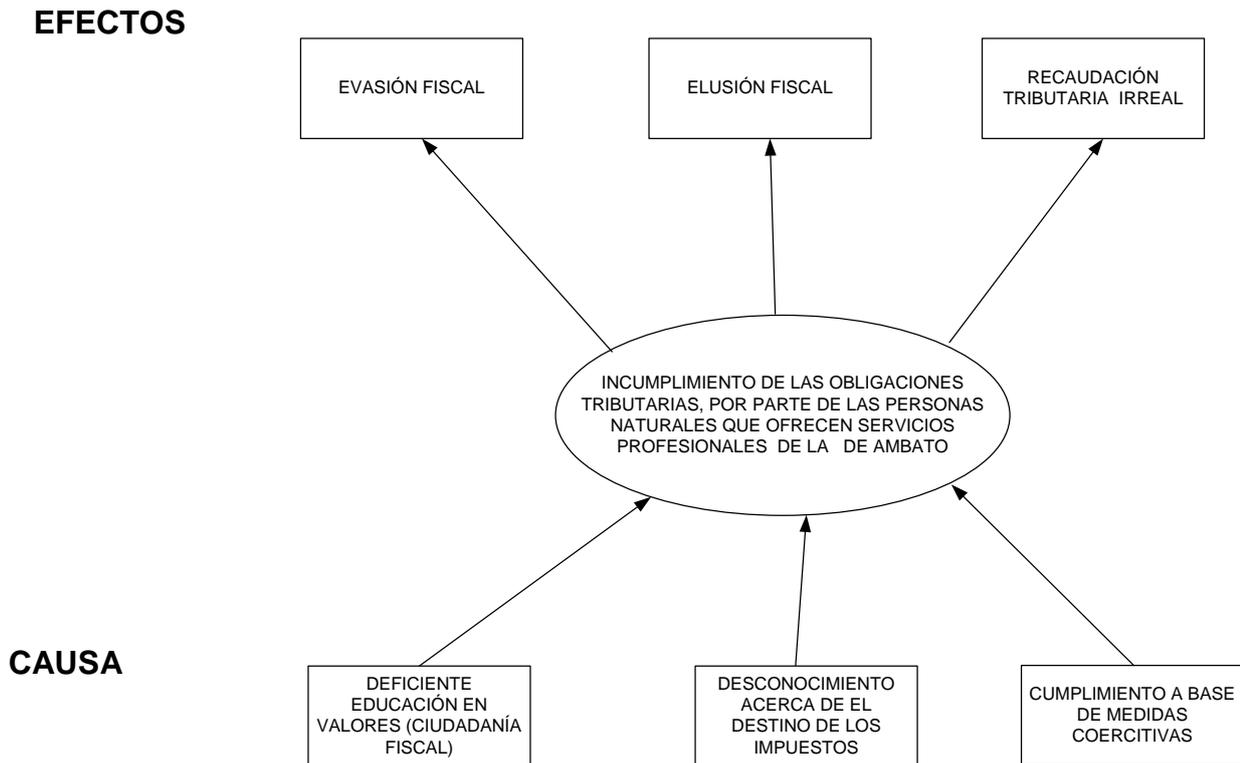
Los estudiantes aprenderán aspectos básicos de la tributación, como impuestos al valor agregado, impuesto a la renta, anticipos, pero sobre todo impulsarán la concientización de que toda actividad económica debe pagar impuestos.

Representantes tanto del Servicio de Rentas Internas, como de la Dirección de Educación ratificaron el compromiso de trabajar en beneficio de la colectividad.

## 1.2.2. Análisis crítico

### 1.2.2.1. Árbol de problemas

Figura N° 1



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Aidee Llerena B.

### 1.2.2.2. Relación causa-efecto

Del árbol de problemas basado en la matriz MAS, (ver anexo 1), se determinó que el principal problema es el incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de las personas que brindan servicios profesionales, para este problema la principal causa es la deficiente Ciudadanía Fiscal y el efecto es sin duda una recaudación tributaria irreal .

Muchos profesionales, han acumulado información equivocada acerca de lo que implica la tributación, tomando la decisión de mantenerse al margen de cumplir con sus obligaciones tributarias.

Esto sin duda es un acto ilegal que consiste en ocultar bienes o ingresos con el fin de pagar menos impuestos. Pero la evasión de impuestos es una práctica mucho más habitual y cercana de lo que se pudiera pensar.

Lejos de la repercusión mediática de los grandes casos de corrupción, se producen a diario multitud de ejemplos en los entornos más cercanos, con familiares, amigos o compañeros de trabajo.

### **1.2.3. Prognosis**

Las personas naturales que brindan servicios profesionales en la ciudad de Ambato que tengan una deficiente ciudadanía fiscal en un futuro no muy lejano se verán gravemente afectadas, pues los organismos de control cada vez buscan los mecanismos y sanciones que limitará en su prestación de servicios o venta de productos por querer estar fuera de este requisito básico para ejercer actividades económicas.

Además por varias razones como el descargar sus gastos, o porque llevan contabilidad, o porque no tienen una ciudadanía fiscal, entre otras razones, las personas, empresas públicas y privadas dejarán de ocupar los servicios de quienes no estén formalmente inscritos y tributando.

Y al ir más allá si se quiere obtener contratos con el sector público (que generalmente son muy buenos) es imprescindible estar inscrito en el registro único de proveedores, y para obtener este es necesario primero sacar el registro único de contribuyentes.

Toda esta informalidad y desinterés por cumplir con las obligaciones tributarias de forma voluntaria determinará que los profesionales se queden relegados y poco a poco sin obtener trabajo y por lo tanto fuentes de ingreso.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Es la deficiente ciudadanía fiscal una causa del incumplimiento tributario, lo que conlleva a una recaudación tributaria irreal en personas que ofrecen servicios profesionales en la ciudad de Ambato en el período fiscal de Enero – Diciembre del 2011?

#### **1.2.5. Preguntas directrices**

- ¿Pueden las personas naturales que ofrecen servicios profesionales con una deficiente ciudadanía fiscal no cumplir con las obligaciones tributarias?
- ¿Es por desconocimiento del destino de los impuestos lo que conlleva a que las personas naturales no cumplan con esta obligación?
- ¿Es el cumplimiento tributario basado en medidas coercitivas lo que influye en la evasión fiscal por parte de las personas naturales que ofrecen servicios profesionales?
- ¿La evasión fiscal ocurre por la ausencia de ciudadanía fiscal?

#### **1.2.6. Delimitación**

- **Campo:** Derecho Tributario
- **Área:** Tributaria
- **Aspecto:** Cultura Tributaria
- **Temporal:** Tiempo del problema: Enero – Diciembre del 2011
- **Tiempo de Investigación:** Enero –Setiembre 2012.
- **Espacial:** País: Ecuador, Provincia: Tungurahua, Ciudad: Ambato

### 1.3. Justificación

Este proyecto ha sido planteado pensando en aquellas personas naturales que ofrecen servicios profesionales que se mantienen al margen de la tributación creyendo dar un aporte al incentivar una cultura tributaria que aporta beneficios a quienes forman parte de este grupo de personas que por diferentes motivos y razones no cumplen con este deber formal. Hoy que la sociedad exige ser cada vez más íntegros como personas y profesionales, así como también competitivo, el ser parte del RUC, RUP y llevar ciertas formalidades que esto conlleva, abrirá más campos y posibilidades de servir a más instituciones públicas y privadas, viéndose beneficiadas con más trabajo y por lo tanto con mayores ingresos económicos

La ciudadanía tributaria ha sido desde un inicio un factor importante en la explicación de la evasión tributaria y por lo tanto de la recaudación fiscal, base del presupuesto general del estado. Corresponde ser precisos, sin embargo, en el uso del término. La moral tributaria son normas sociales que ayudan a definir la conducta de los miembros de la sociedad estableciendo que está "bien" y que está "mal" respecto a los impuestos, más allá de lo prescrito en las leyes. En el estudio de la evasión impositiva, tales normas sintetizados por **(Andreoni, Erard y Feinstein, 1998)**, como "Shame and Guilty" existen si el contribuyente tiene culpa por evadir (incluso si no es atrapado) y si al ser descubierta la evasión sentirá vergüenza. Esto sucederá si en esa sociedad la evasión es vista como algo reprochable. Según esta visión del rol de las normas sociales, en la medida en que en la sociedad la evasión sea peor vista, será más alto el cumplimiento tributario, independientemente de la utilidad esperada de la evasión.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar la incidencia de la Ciudadanía Fiscal en la recaudación tributaria de las personas naturales que ofrecen servicios profesionales de la ciudad de Ambato en el año 2011 para aumentar la voluntad de cooperación de cada persona y su intención en colaborar con su esfuerzo individual al sostenimiento de una sociedad.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Establecer cuál es el nivel de ciudadanía fiscal en las personas naturales que ofrecen servicios profesionales de la ciudad de Ambato.
- Identificar por áreas de profesionales quienes aportan más en la recaudación fiscal.
- Proponer un plan de comunicación para incentivar la ciudadanía fiscal en los profesionales como plan piloto para la ciudad de Ambato.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

De acuerdo a Clemencia Rodríguez (**Estrategias de Comunicación para el Cambio Social, 2002**) La ciudadanía podemos definirla desde dos enfoques diferentes. Según el enfoque Estado-Nación, la ciudadanía es un aspecto fundamental de los derechos políticos y consiste en el conjunto de derechos, obligaciones y garantías públicas y privadas de que goza un grupo de la población que tiene la categoría de ciudadana, la cual le otorga oportunidades

y prerrogativas en relación con el ejercicio del poder político y el control de las funciones públicas.

Según el enfoque Proceso Social, “damos a la idea de la ciudadanía un sentido más secular alejado de todo culto de la colectividad política, de todo culto de nación, pueblo o república. Ser ciudadano significa sentirse responsable del buen funcionamiento de las instituciones que respetan los derechos [de las personas] y permite una representación de las ideas y los intereses. La ciudadanía implica preocupación por la cosa pública y por la mayor continuidad entre las demandas sociales y las decisiones de largo plazo tomadas por el estado” **(Touraine, 1998)**.

Y es precisamente el enfoque de Proceso Social en el que se fundamenta este estudio, pues todas las personas que forman parte de la sociedad democrática deben preocuparse de la cosa pública para la construcción de una verdadera democracia, pues se dice que estas dos: democracia y ciudadanía están íntimamente unidas, pues para que exista democracia deben existir ciudadanos/as y los/as ciudadanos/as requieren de una democracia para ser ciudadanos/as.

De acuerdo a la publicación de Carlos Marx Carrasco **(Fiscalidad, 2012)** Ciudadanía Fiscal es la conciencia de las personas, grupos e instituciones, acerca de su responsabilidad y compromiso con la construcción de una sociedad cohesionada, democrática y justa, a través del ejercicio de sus derechos y deberes fiscales **(Marx Carrasco, 2010)**.

Si se induce una participación consciente y comprometida, con éxito, si se la construye con una capacitación y autocapacitación intensa, se convierte en un aspecto estratégico que afecta a la mentalidad, a las actitudes., y a los sentimientos de las personas y de ese modo a la “cultura ética de la nación” por decirlo así. El paradigma del cumplimiento voluntario (ciudadanía fiscal y Moral

Tributaria. Editores Carlos Marx Carrasco, Miguel Acosta andino y Mauro Andino.

El ciudadano tributario no es solo un contribuyente que conoce y respeta sus obligaciones tributarias es un veedor del cumplimiento tributario de los otros ciudadanos y de la eficiencia y la transparencia con que actúa la propia administración tributaria.

La responsabilidad social constituye sin duda alguna en una prioridad para organizaciones que conforman un país democrático; pero la ética resulta fundamental no solo para estas organizaciones, sino también para el individuo y su entorno, pues esta le da sentido a los valores y principios que orientan la conducta de los seres humanos.

**(Franklin Fincowsky, Comportamiento Organizacional, 2011)**, como disciplina filosófica básica con aplicaciones prácticas, la ética se fundamenta en la teología (o doctrina de las causas finales, según la cual un acto es correcto si se produce el resultado deseado), y la deontología (estudio de los deberes, basado en el respeto irrestricto a todo lo que nos rodea); existen asimismo, la llamada ética de las virtudes que exalta los comportamientos guiados por virtudes como la fortaleza, la templanza, la veracidad, etc.

Una de las fuentes del conocimiento ético es el modelo de desarrollo moral, el cual establece que la evolución del ámbito moral de las personas pasa por varias fases, que van desde la más baja que es la orientación a la obediencia y el castigo; hasta la más alta que es la de los principios éticos universales, aunque no necesariamente todos los individuos transitan por todas o cada una de estas etapas.

Gran parte de la sociedad y muchos individuos consideran que los ético se deriva de los valores culturales como la honestidad, la credibilidad, la

imparcialidad, el compromiso, el respeto, la responsabilidad, la confidencialidad, entre otros, importantes al momento de hablar de responsabilidad social, que es lo que persigue la ciudadanía fiscal.

De acuerdo a la investigación de Carlos Marx Carrasco la ciudadanía fiscal se asienta bajo tres pilares fundamentales basados en la Trilogía Ética, Pacto Social y Cohesión social.

## **ÉTICA**

**(Franklin Fincowsky, Comportamiento Organizacional, 2011)**, conjunto de normas que ordena e imprimen sentido a los valores y principios de conducta de una persona o una comunidad (compromiso, honestidad, lealtad, franqueza, integridad, respeto por los demás y sentido de responsabilidad, entre otros), constituyendo uno de los pilares de las normas de actuación de las normas de actuación para cualquier individuo.

Uno de los aspectos más relevantes del desarrollo personal y organizacional y social, a veces visualizado de manera multidimensional es el relativo a la ética, la cual puede definirse como aquellos principios morales y normas que orientan el comportamiento de los individuos dentro de la sociedad.

Según **(Franklin Fincowsky, Comportamiento Organizacional, 2011)** dice que el comportamiento humano cae en tres dominios: el primero es la legislación, en el cual las normas y las normas forman parte de un sistema legal al que el individuo debe sujetarse; la libertad de elección se encuentra en el extremo opuesto-el de la completa autonomía-, y da lugar a comportamientos que no están normados legalmente. Entre estos dos dominios se encuentra el área ética, la cual no rige sobre el ser humano a través de leyes, sino de normas de conducta que se basan en principios y valores

compartidos por el grupo social, al que aquel pertenece, se trate de una comunidad, un país o el entorno organizacional.

Ante esto se puede decir que la construcción de la ciudadanía fiscal es sin duda un desafío que debe ser compartido por todos quienes forman parte de una sociedad, es decir deben involucrarse varios sectores y participar de ese proceso de construcción de una sociedad democrática, justa y cohesionada.

Esto sin duda implica que a más de la participación del Estado, el cual debería tener claro este nuevo escenario, mejorando la apertura y mecanismos que viabilicen este tipo de prioridades. Esto sin duda demanda condiciones objetivas y cimientos concretos adecuados a la diversidad cultural de cada lugar, al mestizaje que caracteriza a gran parte de Iberoamérica.

Tomado de las investigaciones de **(Franklin Fincowsky, Comportamiento Organizacional, 2011)**, cita que algunos de los conceptos que sirven como marco de referencia ético provienen de la teología y la deontología, disciplinas auxiliares de la ética que se basan en la valoración de los actos humanos desde distintos ángulos.

La teología por ejemplo considera que un acto determinado es moralmente correcto o aceptable si produce en resultado deseado. El punto clave en este caso son las consecuencias del acto, a lo que se le conoce como consecuencialismo. De esta manera, la teología puede asumir dos fases: el egoísmo y el utilitarismo. El egoísmo es un sistema ético que define el comportamiento aceptable como aquel que maximiza las consecuencias para el individuo; como parte de la filosofía moral consiste en realizar actos que promueven el mayor bien para uno mismo. Por su parte el utilitarismo es un sistema ético que busca el mayor bien para el mayor número de individuos, es decir maximizar la utilidad total para lograr el mayor beneficio para todos los afectados por una decisión.

La deontología en cambio, se centra en los derechos de los individuos para asegurar un respeto igual para todos. En consecuencia, desde la perspectiva deontológica las acciones que maximizan la utilidad deben evitar las injusticias.

De esta manera se puede concluir mientras la teología se centra en los fines, mientras que la deontología se centra en los medios.

Según **(Franklin Fincowsky, Comportamiento Organizacional, 2011)** dice un sistema que se suma es el relativismo, el cual define el comportamiento ético con base en opiniones y conductas de otros individuos.

Este enfoque reconoce la existencia de puntos de vista éticos diferentes y busca el consejo, la información y las opiniones de más de una persona para lograr un consenso que se traduzca en la valoración de una acción como ética o no.

Las filosofías morales antes descritas se enmarcan en reglas sociales muy precisas. Cuando las acciones del individuo rebasan las reglas sociales convencionales y van más allá de una moral que se considera más o menos correcta, son los valores morales expresados como virtudes, los que se toman como parámetros para definir el carácter del ser humano como moralmente bueno o malo. Esta es la base de la llamada ética de la virtud, la cual valora el comportamiento a partir de virtudes como la fe, la honestidad y la integridad, considerando que la vida moral es aquella que desarrolla y aplica estos valores en todo tipo de situación. De acuerdo a esta teoría a medida que se practican las virtudes en las acciones que se realizan, o en la medida en la que éstas hacen virtuosas a una persona, el comportamiento es moralmente correcto.

## DESARROLLO MORAL COMO FUENTE DE CONOCIMIENTO ÉTICO

**(Franklin Fincowsky, Comportamiento Organizacional, 2011)**, afirma que “El modelo de desarrollo moral cognitivo propuesto por Lawrence Kohlberg, es muy útil para explorar de qué manera consideran los dilemas éticos los miembros de una organización. Por dilemas éticos nos referimos a aquellos que se presentan cuando todas las opciones y comportamientos alternativos han sido juzgados como indeseables debido a sus consecuencias potencialmente negativas, lo que hace difícil distinguir lo correcto de lo incorrecto, derivado en ocasiones en un desliz ético o en la toma de decisiones contrarias a las creencias del individuo y de la organización.

De acuerdo con este modelo las personas se desarrollan en el ámbito moral desde su infancia y hasta la edad adulta, de forma muy parecida como se da su crecimiento físico, a medida que se desarrollan sus criterios éticos y patrones de razonamiento pasan por las siguientes etapas:

1. De obediencia y de castigo
2. Instrumental
3. Interpersonal
4. De la ley y el orden
5. Del contrato social
6. De los principios éticos

Esto quiere decir que una persona pasa por varias etapas desde la más baja hasta la más alta, aunque no es necesario que atraviese todas las etapas.

1. Etapa de la obediencia y del castigo: hace lo correcto para recibir aprobación o evitar una sanción; es decir para ella lo único que determina si un acto está bien o mal son las consecuencias inmediatas.

2. Etapa instrumental: adquiere consciencia de que las demás personas también tienen necesidades y empieza a ser amable con ellas para conseguir lo que quiere. El comportamiento correcto es lo que satisface el interés personal de ese individuo, en ocasiones puede satisfacerlo haciendo tratos con los demás
3. Etapa interpersonal considera que el comportamiento correcto es aquel que complace a su familia o amigos, o que es aprobado por ellos. En consecuencia desde su punto de vista el comportamiento es correcto si está dentro de las expectativas de la mayoría. Para el individuo que se halla en esta etapa es importante ser considerado una “buena persona”.
4. Etapa de la ley y el orden: reconocen que el comportamiento ético no se determina tan solo por referencia a la opinión de amigos, parientes, compañeros de trabajo u otras personas que le tienen respeto. Para ellos el comportamiento correcto consiste en cumplir con la obligación personal, respetar a la autoridad y mantener el orden social, porque consideran que así debe ser. La lealtad a la nación y sus leyes son lo primordial. Ven a las otras personas como parte de un sistema social mayor que determina sus roles y obligaciones.
5. Etapa del contrato social: son conscientes de que las personas tienen diversas opiniones, muchas veces encontradas y que van más allá de lo que dice la ley
6. Etapa de los principios éticos universales: tiene claro que la conducta correcta está determinada por la consciencia individual, basada en principios éticos universales (justicia, bienestar público, igualdad de los derechos humanos y respeto a la dignidad de los seres humanos individuales según Kohlberg las personas que están en esta etapa, o sea la etapa más avanzada del razonamiento ético reconocen estos principios universales y actúan de acuerdo a ellos, en lugar de regirse por reglas o leyes”.

## **PACTO SOCIAL**

### **La relación Estado – Ciudadanos**

Según **(Bedoya & Vásconez, 2011, pág. 3)** “Para asegurar el bienestar colectivo mediante la satisfacción de las demandas sociales, el Estado decide qué bienes y servicios públicos suministrar a los ciudadanos, y cómo distribuir entre ellos el coste de los bienes y servicios prestados **(Segura, 2004)**. Esta relación o ‘contrato social’ establece vínculos de reciprocidad entre el Estado y sus ciudadanos conformando el pacto social que según **(Martner, 2008)** es el acuerdo sociopolítico básico que legitima el papel del Estado y el ámbito y alcance de sus responsabilidades en la esfera económica y social. Un pacto social implica la creación de una estructura organizada en la comunidad y determina como contraparte quienes soportan el costo de financiarla **(Estévez & Esper, 2008)**. La relación Estado - Ciudadanos no es de perfecta armonía, requiere legitimarse mediante un proceso político en el que los ciudadanos conozcan y manifiesten su confianza en la política fiscal del Estado. Según **(Segura, 2004: Internet)**, esta legitimación es aún más importante cuando existe la percepción de que el pago que realizan los ciudadanos de impuestos no es equivalente a lo que reciben en bienes y servicios provistos por el Estado. La legitimidad llega a lo fiscal como reflejo de la confianza que las personas depositan en la labor del Estado. Es un ‘sentimiento’ ligado con lo ético y moral donde los pensamientos que se generan en base a la capacidad económica y fiscal que posee el Estado son muy susceptibles al destino final de los recursos recaudados. La capacidad fiscal se erosiona con la evasión, restando oportunidades de ofrecer los bienes y servicios que la sociedad demanda. Roto el contrato social, a falta de recursos, autores como **(Estévez & Esper, 2008)**, señalan que se produce un mayor incumplimiento fiscal como una manera de ajustar cuentas. En definitiva, la percepción del accionar estatal orienta la idea de un ‘cumplimiento’ o ‘incumplimiento’ del pacto social y afecta

la voluntad de los ciudadanos de cooperar con su esfuerzo al bienestar general.

La legitimidad tiene un sentido amplio, que incluye la aceptación colectiva de las instituciones, de los agentes públicos y de los servicios que éstos proveen, de la transparencia, de la ética y de los propios valores que la sociedad ha logrado constituir. La relación Estado-ciudadano va más allá de un simple contrato de contraprestaciones; se concreta en lo fiscal, como canal para alcanzar la justicia distributiva en la que los ciudadanos perciben el pago de impuestos de acuerdo a sus valores morales, como una contribución al bien común y actúan honestamente al aportar su contraparte, incluso si no reciben los bienes y servicios esperados por su contribución **(Estévez & Esper, 2009)**.

## **COHESIÓN SOCIAL**

La cohesión social debe entenderse dentro de este nuevo contexto. Como señala el diccionario de la Real Academia de la Lengua, la cohesión es “la cualidad o propiedad de las cosas cuyas partes están fuertemente unidas física o espiritualmente”, los elementos fundamentales de ella son la inclusión a través de la cual se proveen los bienes y servicios que integran materialmente la sociedad y el sentido de pertenencia que integra simbólicamente y le da coherencia a los procesos de organización social y participación comunitaria acercándolos al concepto de nación. Inclusión y sentido de pertenencia son, entonces, los elementos básicos de la cohesión social.

El programa “EUROsociAL Fiscalidad, iniciativa de la cooperación técnica de la Comisión Europea para promover la cohesión social en América Latina, parte de la apreciación, que existe en la cultura fiscal de la mayoría de los países de América latina, se enmarca en la baja confianza de la democracia, en las instancias públicas y en una fuerte percepción social negativa sobre la utilización de los recursos públicos, considera que se podrá superar esa

desconfianza con un cumplimiento fiscal correcto, transparente, responsable, con la elevación de la cultura fiscal, la construcción de un Pacto Social que cimiente la cohesión social.

La cohesión social como sensibilización social, consciencia y acción, tiene mucho que ver con la consolidación de la democracia participativa (**Carlos Marx Carrasco: 2012**)

Por lo tanto al hablar de cohesión social se refiere a la sinergia de todos los integrantes de un país, comprometidos con un mejor país que permite ser más activos, responsables y conscientes de la importancia social de nuestros actos y dentro de este la tributación.

### **El incumplimiento en las obligaciones tributarias**

A este factor lo definimos como la omisión del ingreso de las obligaciones tributarias que corresponden ser abonadas en un período de tiempo.

Basándonos en una publicación de diario Hoy, escrita por (**Elsa de Mena: 2007: Internet**) para conseguir una cultura tributaria que implique, entre otros aspectos, aceptación de los impuestos y confianza en la Administración Tributaria, es preciso evaluar la calidad del sistema fiscal, y también los mecanismos operativos y de decisión que se emplean en el ámbito institucional, las soluciones previsibles o las ya adoptadas con miras al fiel cumplimiento del ordenamiento jurídico, y los avances tecnológicos. Así mismo, es necesario explicitar la actitud política, considerar la realidad nacional y las complejas relaciones que de hecho existen con los contribuyentes, a la luz de los principios de transparencia, equidad y eficiencia, que en una verdadera democracia no deberían generar la menor duda respecto de la imparcialidad en la aplicación de los procedimientos .

En el plano nacional no debe escaparse un análisis del comportamiento tradicional más bien renuente de los ciudadanos, en cuanto al uso de los comprobantes de pago y al hecho de que la exigencia sobre el sistema de facturación, fuera aceptándose progresivamente.

Esto ha sido un problema que han debido afrontar las empresas sobre todo en el área rural, de ahí que, al seguirse el debido proceso y recurrir las partes a los tribunales distritales, los jueces hayan tomado en cuenta el hecho económico y emitido sentencias en este sentido.

Según una publicación de (**Diario Hoy, 2007: Internet**) uno de los costos que, de a poco, hemos incorporado en nuestros referentes de precios ha sido los impuestos que pagamos; aunque la teoría económica nos habla de impuestos directos e indirectos y de múltiples fórmulas impositivas, muy pocas personas dominan la legislación tributaria ecuatoriana.

(Una de las maneras de fortalecer la naciente ciudadanía fiscal en nuestro país es garantizando que todos los servicios que presta el SRI, tanto los de cobro como los de atención de reclamos o devoluciones, sean lo más ágiles y que cada vez se presten las mayores facilidades para que los contribuyentes y el SRI cumplan con sus obligaciones.

De acuerdo a la publicación de (**Diario Hoy, 2002: Internet**) para que la cultura tributaria se generalice, para que una sociedad la viva cotidianamente, se precisan varias condiciones que van más allá, como se ha comentado en el seminario, del acopio de virtudes cívicas o éticas de los contribuyentes, que en esta materia pueden resultar bastante escasas. Es más necesario todavía que tales virtudes las tengan los funcionarios de los organismos que tienen a su cargo la recaudación y administración de los tributos. Si ellos fallan, los contribuyentes rápidamente encuentran los mecanismos de evasión y el

sistema tributario fracasa. Por eso es tan importante la tarea que desempeña el Servicio de Rentas Internas y por lo mismo, debe recibir el respaldo del país y, ojalá, el compromiso de los candidatos de mantener y reforzar la estructura de esta institución y los principios que han guiado hasta ahora su actuación.

Pero, para hacer posible el afianzamiento de una ciudadanía fiscal, no es suficiente que haya contribuyentes honrados y una administración eficiente. Hay otros obstáculos que deben ser eliminados. Uno de ellos, y básico, reside en la propia legislación que ha sido tan cambiante en cuanto a tributos se refiere.

Hay, finalmente, otra cuestión que revolotea en forma permanente en la mente de los contribuyentes y que, penosamente, sirve de pretexto para sus incumplimientos tributarios: los impuestos que se pagan alimentan en buena parte la corrupción, en vez de servir para satisfacer las grandes necesidades de la sociedad.

Tal razonamiento demuestra una vez más el pernicioso efecto de contagio que tiene la corrupción, pero, más allá de tal confusión, es lamentablemente cierto que por la gruesa cañería de la corrupción se evapora un significativo porcentaje de los ingresos del Estado.

## **2.2. Fundamentaciones**

### **2.2.1. Fundamentación filosófica**

Debido a que la predominancia es cualitativa, el paradigma es naturalista.

**PARADIGMA NATURALISTA.** Según el (**Diccionario de investigación Científica Members, 2009, Internet**) "Algunos afirman que el auge del paradigma `naturalista' constituye una reacción ante la hegemonía que durante

mucho tiempo mantuvo el paradigma positivista, sobre todo en el campo de las ciencias sociales. Consideramos que esto es cierto, pero no se debe olvidar que el paradigma 'naturalista' no es sólo una 'reacción', pues hunde sus raíces en otras tradiciones filosóficas tan antiguas como las que sirvieron de base al positivismo. Hay al menos tres fuentes en la historia de la filosofía el paradigma llamado 'naturalismo'. Pese a la gran influencia de las ciencias naturales, en el continente europeo había, a principios del siglo XIX, otra tradición proveniente del idealismo alemán y el hegelianismo. Alrededor del cambio del siglo XIX al XX tuvo una influencia dominante en las universidades alemanas donde se sostuvo que las humanidades tenían su propia lógica de investigación y señaló que la diferencia entre las ciencias naturales y las humanidades eran que las primeras trataban de explicar, mientras que las segundas trataban de comprender.

### **2.2.2. Fundamentación legal**

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, dentro de los cuáles incluimos a los profesionales sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre.

Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado se lo llama base imponible.

La base imponible de los ingresos del trabajo en relación de dependencia está constituida por el ingreso gravado menos el valor de los aportes personales al Instituto Ecuatoriano de Seguridad social (IESS), excepto cuando éstos sean pagados por el empleador.

La declaración del Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades, aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

1. Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
2. Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.

Cabe mencionar que están obligados a llevar contabilidad todas las personas naturales y sucesiones indivisas que al 1ro. de enero operen con un capital superior a los USD 60.000, o cuyos ingresos brutos anuales de su actividad económica sean superiores a USD 100.000, o los costos y gastos anuales sean superiores a USD 80.000; incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible. Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente:

**Tabla N° 1: Plazos para presentación de la declaración de impuestos**

<b>Noveno Dígito</b>	<b>Personas Naturales</b>
1	10 de marzo
2	12 de marzo
3	14 de marzo
4	16 de marzo
5	18 de marzo
6	20 de marzo
7	22 de marzo
8	24 de marzo
9	26 de marzo
0	28 de marzo

**Fuente:** SRI

**Elaborado por:** Aidee Llerena

De acuerdo a la Resolución NAC-DGERCGC09-00391 deben presentar la información relativa a los gastos personales, correspondientes al año inmediato anterior, las personas naturales que en dicho período cumplan las siguientes condiciones:

- Sus ingresos gravados sean superiores a \$15.000,00; y,
- Sus gastos personales deducibles superen los \$7.500,00.

### **2.3. Categorías fundamentales**

#### **2.3.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema**

### **2.3.1.1. Marco conceptual variable independiente**

Para que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere, necesita de recursos que provienen principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes.

El pago de los impuestos puede llevarse a cabo utilizando la coerción o apelando a la razón. La fuerza se manifiesta en las leyes y en su cumplimiento obligatorio, mientras que la razón sólo puede estar dada por una Cultura Tributaria con bases sólidas.

No puede obviarse que un estímulo (o desestímulo) importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos, aparte de que, para muchos ciudadanos, tributar es un acto discrecional, relacionado con su percepción positiva o negativa sobre el uso de los fondos.

Uno de los objetivos de la educación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad. Además, se le debe convencer de que cumplir con tal responsabilidad le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado que haga un uso correcto y transparente de los recursos públicos.

A efecto de fortalecer la Cultura Tributaria (entendida ésta como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales), se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de ser responsable en el aspecto tributario.

Esta comprensión se alimenta de información oportuna y de formación adecuada, las cuales deben conducir hacia la aceptación, derivada de la concienciación. Ésta es indispensable para lograr una recaudación firme y sostenible en el mediano y largo plazos, de manera que también sea posible cumplir los acuerdos y los compromisos del Pacto Fiscal.

En síntesis, los ejes centrales para la promoción de la Cultura Tributaria son la Información, la Formación y la Concienciación.

Educación Tributaria es, entre otras cosas, descubrir la función social de los impuestos, desde un enfoque ciudadano y participativo.

Es pensarse y reconocerse como parte de. Es pertenecer a un orden común. Es una apuesta a un cambio para reflexionar y repensar ciertas prácticas. Y este cambio puede surgir a partir de encontrarle sentido a ciertas preguntas:

¿Para qué sirve y qué significa pagar impuestos?

¿De qué manera la evasión, el contrabando y el trabajo no registrado nos perjudican a todos? (**Educación Tributaria de la AFIP, 2012**)

Tomado de Saberes, una publicación de (**La facultad de ciencias Económicas y estadísticas de la Universidad de Rosario, 2012, Internet**)

El concepto de ciudadanía, presente desde los griegos, adquirió un significado nuevo en la metáfora contractualista, que explicita que el Estado ha pactado un intercambio con el ciudadano. En ese contrato, el Estado garantiza a sus ciudadanos una serie de derechos (políticos, económicos, sociales, etc.) que hacen que la vida en sociedad valga la pena; como contrapartida, le exige que se atenga a las reglas (o sea, que acepte vivir en un Estado de Derecho) y que contribuya materialmente a

sostener ese pacto. De allí que las nociones de pacto social y pacto fiscal sean caras de una misma moneda **(Cullen, 2007; Feld & Frey, 2007)**.

El pasaje del Estado patrimonial (en donde los tributos eran considerados “patrimonio” del regente) al Estado Fiscal (tax state), implicó la entrada en la era moderna de la hacienda pública, a partir de la inclusión del principio democrático en el manejo del erario. Éste fue el primer paso de la fórmula de “imposición con representación”. El pueblo pasó así de aceptar el tributo a consentir su recaudación **(Delgado Lobo & Goenaga, 2007, Fernández Cainzos, 2006)**. Queda claro a este punto que la ciudadanía excede el carácter específicamente político del término, para adquirir simultáneamente un contenido fiscal.

En el panorama latinoamericano, el quiebre entre las dimensiones política y fiscal de la ciudadanía, son más actuales que nunca. Como destaca **(Natalio Botana, 2006)**, este grupo de países no ha logrado superar aún la brecha entre la Constitución Política (entendida como la ley suprema) y la constitución económica (es decir, la forma que el Estado ha previsto para financiarse y sustentar dicho ordenamiento institucional plasmado en la Constitución Política). Mientras que es indudable la vigencia del Estado de Derecho en el Ecuador, la constitución económica continúa siendo frágil. Esta fisura repercute también en el nivel de la ciudadanía, donde por un lado existe un “ciudadano político”, depositario de una cantidad de derechos y obligaciones políticas y, por otro, el “ciudadano fiscal” (a quien también le corresponden obligaciones y derechos fiscales). Dicha separación refuerza la idea de una ciudadanía “a medias”, que convive con un Estado que por incapacidad fiscal no logra cumplir las obligaciones que su Constitución Política le impone (seguridad, justicia, defensa, salud, educación, etc.). Entonces, si la ley suprema es la garantía de la igualdad jurídica, la debilidad de la constitución económica es campo fértil para las desigualdades sociales, especialmente si se tiene en cuenta el incumplimiento fiscal de los “estamentos privilegiados”, la escasa racionalidad en el gasto público o la financiación vía emisión o

endeudamiento. De esta manera, la incapacidad histórica de instaurar una política fiscal que ligara progresivamente la figura del ciudadano a la idea de financiación del Estado generó, a su vez, una conciencia fiscal pobre, que también incide negativamente (**Botana, 2002**).

De acuerdo a esta “racionalidad”, un buen ciudadano no necesariamente debe ser un buen contribuyente. Así, los latinoamericanos se han convertido en ciudadanos deficientes, que buscan escapar a las obligaciones fiscales. Este déficit facilita un círculo vicioso, ya que disminuyen los recursos fiscales y con ellos, las capacidades estatales para implementar políticas orientadas al logro de una mayor cohesión social, destruyendo los lazos de solidaridad e incentivando la informalidad (**CEPAL, 1998**).

La dimensión impositiva afecta notablemente a una comunidad, no sólo en el campo económico, sino también las áreas sociales, culturales e institucionales. Por tal motivo, ni las sociedades ni los individuos pueden mostrar indiferencia hacia la cuestión fiscal (**Moore, 2004; Campbell, 1993; Musgrave, 1992**). Ya en el siglo pasado, Joseph Schumpeter, supo ver que la fiscalidad es el espejo de una nación, cuando mencionó que el espíritu de la gente, su nivel cultural, su estructura social y los trazos de su política, dejan una impronta en la historia fiscal de toda comunidad. La idiosincrasia fiscal refleja el conjunto de metas, fines, valores, actitudes y conductas que una sociedad se otorga a sí misma: da cuenta de sus prioridades en tanto comunidad, de sus relaciones de poder y de su estructura social. Nada muestra tan claramente el carácter de una sociedad y de una civilización como la política fiscal adoptada por sus gobernantes (**Schumpeter, 1982**). Hablar de pacto fiscal es, entonces, hablar de pacto social, en el que todos absolutamente todos quienes vivimos en democracia somos parte de este y por lo tanto debería existir nuestra responsabilidad solidaria para el cumplimiento voluntario de nuestras obligaciones tributarias.

## 2.2. El contrato social: eje estructurante del pacto fiscal.

¿Cómo se sustentan económicamente los pactos sociales? ¿Puede ser sustentable un contrato político si no se prevé una forma de financiarlo?

Un contrato o pacto social es un conjunto de acuerdos de amplia prevalencia social, que habilitan a los miembros de una sociedad a coordinar sus acciones, a lo largo de las múltiples decisiones que deben realizar en su vida. Todo pacto, haya sido acordado en forma explícita o implícita, necesita basarse en el respeto y la convicción por parte de los contratantes de que es mejor cooperar que confrontar **(Binmore, 2004)**. Históricamente, las naciones –en tanto comunidades políticas–, plasmaron sus principales consensos en Constituciones, que por eso se yerguen en Ley Fundamental y expresión de la voluntad general. El pacto social resume, entonces, el consenso mutuo de los contratantes, qué derechos se transfieren al gobierno de la organización social y cuáles no se ceden **(Daros, 2005; Frey, 1997)**.

De hecho, el nivel constitucional es central para comprender qué clase de pacto se ha establecido entre Estado y ciudadanos, en la medida en que define la forma en que tales se relacionan. Una constitución que está diseñada de manera tal de permitir ciertos delitos o el accionar egoísta, reducirá las virtudes cívicas del resto de la ciudadanía y con ello, aumentará el nivel de desconfianza hacia los gobernantes y el sistema legal, favoreciendo el incumplimiento fiscal. De igual forma, las leyes que alientan el aprovechamiento hacia un sector menos poderoso, o atentan contra lo socialmente considerado justo y equitativo, disminuyen las virtudes cívicas. Si la percepción de que el incumplimiento fiscal se castiga más duramente en algunos ciudadanos que en otros, probablemente disminuya la voluntad de cooperar en el sostenimiento material de una comunidad **(Torgler, 2003)**.

Un pacto fiscal es un acuerdo que legitima el papel del Estado y el ámbito y alcance de las responsabilidades gubernamentales en la esfera

económica y social. La ausencia de consenso en torno a cuál debe ser la orientación de la acción estatal, dificulta cualquier arreglo en torno a qué recursos debe manejar el Estado, de dónde deben surgir los mismos y cuáles deben ser las reglas para su asignación y utilización. Por el contrario, un acuerdo político explícito claro sobre qué debe hacer el Estado, ayuda a legitimar el nivel, la composición y tendencia del gasto público y de la carga tributaria necesaria para su financiamiento (**CEPAL, 1998**).

De allí que todo pacto político, necesariamente, venga acompañado de un pacto fiscal. Por tal motivo, los conceptos de pacto social y pacto fiscal, son indivisibles; a la razón, o lo que podríamos describir como dos caras de una misma moneda.

#### **2.4. La Administración Tributaria: Factor estructurante del comportamiento fiscal.**

En el contexto descrito anteriormente, el desafío de las administraciones tributarias es el de aumentar, o al menos mantener, el nivel de cumplimiento de los contribuyentes. Éstos, por su misma naturaleza, no constituyen un grupo homogéneo. Por el contrario, tanto la relación que poseen con Estado (y, más específicamente, la autoridad impositiva), profundamente subjetiva, como así también sus mismas condiciones tributarias objetivas, son disímiles, lo cual implica mayores costos de recaudación. Si los contribuyentes no son un homogéneo colectivo, sino que varían ampliamente en relación a sus entornos , grupos de pertenencia a los que adscriben, etc., la administración tributaria no puede eludir este fenómeno al momento de encarar reformas que le permitan mayor eficiencia y eficacia recaudatoria (**Wenzel, 2007**).

Entonces, en la construcción de un pacto que impulse un desarrollo de los valores de la ciudadanía fiscal, juega un papel destacado la percepción que el ciudadano posee de la administración tributaria, ya que ésta constituye, en definitiva, la cara visible del Estado al momento de recaudar (**Feld & Frey, 2007**).

Por otra parte, es importante tener en cuenta que el proceso de democratización política al interno de los Estados acarrió, la inclusión del concepto “democrático” en la imposición, lo que permitió un pasaje del “tributo” característico de la dominación patrimonial, al “impuesto”, legitimado en el fin último de sostener una autoridad de tipo racional-legal (**Delgado Lobo & Goenaga, 2007; Fernández Cainzos, 2006; Weber, 1969**). La inclusión de dicho principio democrático, también afectó las bases mismas de las administraciones tributarias y, como corolario, su forma de relación con el contribuyente. Esto implicó superar el viejo modelo en el cual el ciudadano siempre era visto como un “sospechoso” al que debía aplicarse la ley y la coerción en todo su peso, para virar hacia nuevas formas de acción en las cuales se favoreciera y valorara el cumplimiento voluntario. Ello no implica que la administración tributaria no aplique la coerción cuando se enfrenta a casos de incumplimiento. Lo que sí implica, es realizar una distinción entre quienes cumplen por voluntad propia y quiénes no. De allí, nace la concepción de que la aceptación voluntaria y espontánea por la mayor cantidad de contribuyentes posible, implica mucho menos costo y esfuerzo y mayor beneficio. Uno de los pilares de este nuevo paradigma de administración tributaria, en efecto, lo constituye la idea de atención al contribuyente que, constituye una idea rectora del modelo de la Nueva Gestión Pública. En este sentido, se dice que el cumplimiento tributario no sólo está determinado por factores internos (por ejemplo, la voluntad intrínseca de cumplir la ley), sino también por cuestiones externas, por ejemplo, la percepción de trato respetuoso por parte de los funcionarios de la administración (**Feld & Frey, 2002 y 1997**).

Otro factor determinante es la percepción que los ciudadanos construyen con respecto al nivel de justicia y equidad con el que actúa la administración. En realidad, la percepción de justicia es central no sólo en esta área, sino en todos los servicios públicos, ya que la acción estatal será más o menos legítima en la medida que se percibe que actúa con justicia y equidad en la creación y distribución de dichos servicios. De hecho, no sólo en relación a los impuestos, sino en la vida social en general, los ciudadanos difícilmente se comporten como totalmente egoístas o totalmente altruistas. Por el contrario, la mayoría actúa como “cooperantes condicionales”; es decir, deciden o no colaborar acatando las leyes en la medida que perciben que lo que reciben a cambio es justo. Pero esto no quita que siempre exista un grupo mayor o menor a los cuales hay que aplicarles la coerción como recurso para que cumplan sus obligaciones. Pero salvando dichas excepciones, este hecho hace que el cumplimiento de los contribuyentes sea mayor cuando un ciudadano percibe que todos cumplen y que la administración sanciona y premia con justicia de acuerdo a quien cumplió o no, que cuando se invierten todos los recursos en aumentar la capacidad de sanción de la administración tributaria (**Pearce, 2007**).

La idea de justicia tiene como la otra cara de la moneda a la concepción de “transparencia”. Cuando la administración actúa en forma imparcial y transparente, es probable que los ciudadanos se sientan más motivados a cumplir con sus obligaciones fiscales (**Feld & Frey, 2007**). Por el contrario, si se percibe continuamente que las administraciones actúan clandestinamente, siendo exigentes con algunos y con otros no, terminan por alimentar una cultura de la desconfianza, donde no existen reglas claras, ni hay respeto por los códigos pactados. Consecuentemente, la incertidumbre aumenta, por lo que los ciudadanos estarán continuamente esperando que sus derechos sean atropellados, y el camino por evitar estas situaciones, pueden llegar a incluirse comportamientos como el

incumplimiento fiscal, en la medida que se da por sentado que de nada servirá pagar impuestos.

Como contrapartida, la baja confiabilidad institucional se vincula claramente a una desconfianza marcada en el sistema, que puede llegar a estimular la corrupción.

Por el contrario, aquellas sociedades que reconocen pactos claros e institucionalizados, por lo general, experimentan menor desconfianza, ya que al haber más apego a las reglas pactadas, las personas se vuelven más previsibles y hay mayores posibilidades de que se desarrolle un terreno fértil para la cooperación.

Por otra parte, la incertidumbre favorece el individualismo, porque prima la cultura de la desconfianza y eso hace que el individuo se retrotraiga en sí mismo (**Sztompka, 1998 y 1996; Estévez & Marini, 2004**).

Así, los ciudadanos perciben el castigo con injusticia, por lo que éste pierde su carácter ejemplificador. El nivel de punición suele ser más alto entre quienes menos poder tienen; consecuentemente, surge la noción de la arbitrariedad de la sanción y la impunidad de los privilegiados (**Feld & Frey, 2002**).

Mucho mayor será el nivel de desconfianza y de opacidad, si los ciudadanos llegan a percibir que dichos mecanismos de corrupción han logrado plasmarse en las legislaciones, favoreciendo ordenamientos legales que benefician intereses privados.

En un escenario como el descrito, todas las leyes, incluidas las que especifican mandatos tributarios, carecerían de legitimidad y, consecuentemente, no tendría valor alguno el respeto (**Frey, 1997**). Por ende, sólo la coerción estatal aseguraría la recaudación pero, como se ha

mencionado, ningún Estado es capaz de soportar el costo de vigilar a la totalidad de sus contribuyentes.

Durante años, los estudios sobre evasión tributaria se centraron en los aspectos punitivos de la conducta fiscal. En esos modelos, el individuo decide pagar o evadir sus impuestos en función de la utilidad esperada de esa acción determinada por la probabilidad de ser descubierto, el monto de la sanción, la tasa impositiva y la aversión al riesgo. Cada individuo maximiza su utilidad sin que intervengan aspectos relacionados a los valores, la ética, u otras cuestiones vinculadas a las consideraciones morales de los contribuyentes **(Allingham & Sandmo 1972)**.

Ciudadanía Fiscal es la conciencia de las personas, grupos e instituciones, acerca de su responsabilidad y compromiso con la construcción de una sociedad cohesionada, democrática y justa, a través del ejercicio de sus derechos y deberes fiscales **(Marx Carrasco, 2010)**.

La Ciudadanía Fiscal consiste en valorar la importancia social y económica de los tributos aumentando su aceptación y, consecuentemente, incentivando su cumplimiento voluntario y en viabilizar la participación social en la correcta aplicación de los recursos públicos.

La ciudadanía fiscal no puede existir sin los ciudadanos; es decir cada una de las personas y en conjunto con sus vivencias, actitudes e ideas; los ciudadanos se comprometen en cumplir con sus objetivos en un plazo determinado.

El concepto de ética, pacto social y cohesión social están muy relacionado con lo que es la ciudadanía fiscal, pues son los tres pilares donde se asienta esta.

El ciudadano ético es el que además de cumplir con principios y valores en el ámbito personal, conoce y se preocupa del manejo que se está haciendo de la cosa pública y está dispuesto a vigilar su uso y destino.

El ciudadano en el proceso de formación de la ciudadanía fiscal tiene que hallar los mecanismos a través de los cuales, se cuide especialmente a los excluidos; intervenir ya sea individual o colectivamente para que pueda recuperar su dignidad, su capacidad ontológica de ser, de expresar con autenticidad, de ser también generador de un nuevo Estado que como en el caso de Ecuador de acuerdo en la constitución se habla de construir una “sociedad que respeta en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y de las colectividades. **(Preámbulo Constitucional)**

Este proceso debe iniciar en la forma de pensar, de vivir, de organizarse y perpetuarse. La ciudadanía fiscal debería ser como “virus” que afecte a todas las personas, es decir que esta pueda hacer posible una participación ciudadana continua, en la que sea posible comunicaciones eficientes, consensos y diálogos abiertos ligados a los fundamentos de la ética como son: el amor, la tolerancia y lo estético simbólico.

Según **(Carlos Marx Carrasco, El paradigma del cumplimiento voluntario: 2012)** dice la ciudadanía fiscal como consciencia de los individuos es compromiso y responsabilidad, a través, de asumir sus derechos y deberes fiscales, se emplea como elemento de participación en la construcción de una sociedad democrática, justa, debidamente cohesionada; se convierte en un piso más elevado de la actividad ciudadana; de modo que ciudadanía fiscal, es el nivel de consciencia personal y colectiva, que afecta a toda la sociedad, lo que incluye al propio Estado y especialmente conmueve a autoridades y a los funcionarios públicos, más sensibles; creando, la posibilidad de fortalecer la “moral fiscal”, que constituye el antecedente de un Pacto Fiscal que asegure la integridad de los funcionarios y los procesos administrativos públicos

(Compromiso y responsabilidad del funcionario público como ciudadano ejemplar); esta formulación representa el germen de la ruta a seguir para avanzar en el cumplimiento de sus deberes y sus “objetivos estratégicos”; recapitulemos por un segundo: la moral tributaria debe sostenerse en el comportamiento de los funcionarios públicos como los “ciudadanos ejemplares”, los más conscientes y que asumen su rol esclarecedor y modelo para el resto de la sociedad.

La Cohesión Social es consecuencia del empoderamiento y aplicación de los principios y los valores de ciudadanía fiscal, que a su vez es la consciencia de esos principios y valores.

Las conductas y actitudes morales pueden fortalecer o deslegitimar los procesos democráticos. Para **(Kliksberg, 1999, 2002)** la cultura y los valores tienen un peso decisivo en el desarrollo. Las sociedades que cultivan valores que favorecen el pacto social y los reflejan en los sistemas fiscales mejorando los servicios (los de salud y de educación) facilitan su progreso económico, tecnológico y su competitividad.

Pero si los valores dominantes no consiguen luchar contra fenómenos como la evasión y el fraude fiscal, cabe esperar que se debilite el tejido social y se produzcan hasta retrocesos en la cohesión social que derivan en problemas estructurales más complejos.

Se puede partir de la premisa que la democracia eleva a la política fiscal como punto central donde giran las relaciones de los ciudadanos con el Estado. Pero existe un círculo vicioso en la legitimidad fiscal del Estado: si su capacidad económica es baja debido al potencial fiscal erosionado por la evasión, éste no está en condiciones de ofrecer los bienes y servicios públicos que la sociedad demanda.

Además, la limitada capacidad de la institucionalidad pública (o privada en algunos casos), es agravada en ciertas ocasiones por comportamientos inmorales públicos, lo cual dificulta que los ciudadanos se vean comprometidos en el sostenimiento fiscal del Estado.

Se necesita un adecuado nivel de educación de la población para que los mismos entiendan la razón de ser de los impuestos, lograr la aceptación de que el impuesto es el precio de vivir en sociedad.

En este sentido mencionamos que la creación de una conciencia tributaria no tiene una atención adecuada, sobre todo en los países en vías de desarrollo, entre los que nos encontramos.

El desconocimiento de las funciones vitales que cumple el Estado para con la sociedad, como la educación, justicia, salud y seguridad, hacen que exista por parte de los habitantes una especie de apatía sobre la política tributaria y con ello un desinterés social general.

La tarea a desarrollar en este ámbito es inmensa, con un gran abanico de posibilidades, queda en manos del gobierno analizar los costos que pudieran derivar de su inserción en los planes de educación cívica de las futuras generaciones.

Para ello es necesario confrontar esta erogación no solo con los costos sociales del incumplimiento y presión social que ejercen en la sociedad los evasores y elusores, sino también con respecto hacia el contrato social llevado a cabo por el pueblo y el Estado, a fin de que administre los fondos.

En este aspecto, el Estado debería incrementar su rol de educador en el tema tributos, se deberían profundizar las medidas tendientes a informar a la

ciudadanía sobre los efectos positivos del pago de los tributos y la nocividad que produce la omisión del ingreso de los mismos.

La enseñanza del cumplimiento fiscal en el Ecuador se está inculcando desde temprana edad, en la etapa de la educación primaria a los fines de arraigar estos conceptos desde la niñez.

Según el sitio de **(Educación Tributaria de la AFIP, 2012, Internet)**, Educación Tributaria es, entre otras cosas, descubrir la función social de los impuestos, desde un enfoque ciudadano y participativo.

Por lo tanto se puede hablar de que una persona tiene educación tributaria cuando sabe para que se deban utilizar los impuestos en una sociedad democrática, buscando siempre el bien común.

Es una apuesta a un cambio para reflexionar y repensar ciertas prácticas. Y este cambio puede surgir a partir de encontrarle sentido a ciertas preguntas:

¿Para qué sirve y qué significa pagar impuestos?

¿De qué manera la evasión, el contrabando y el trabajo no registrado nos perjudican a todos?

De acuerdo a la página web del **(Observatorio Fiscal, 2012, Internet)**, la educación fiscal o educación tributaria es una Política de Estado, entre cuyos objetivos destaca, formar a la ciudadanía en el ámbito de la cultura fiscal, y el fomento de los valores necesarios para mejorar la conciencia fiscal de los individuos.

La educación tributaria no ha de limitarse a alcanzar determinados conocimientos fiscales, la educación fiscal ha de enfocarse en el ámbito de la

responsabilidad fiscal del ciudadano. El objetivo consiste en transmitir ideas, valores y actitudes que doten al contribuyente de una conciencia fiscal contraria a las conductas defraudadoras.

En este sentido, la responsabilidad fiscal se erige como uno de los valores fundamentales sobre los que se organiza la convivencia de una sociedad moderna, en un marco en el que el cumplimiento de las obligaciones tributarias se asume como un deber cívico.

Entre los contenidos de la educación tributaria, se pueden señalar, entre otros, la enseñanza de la fiscalidad, en su doble vertiente de ingresos y gastos públicos, según los principios de equidad, justicia y solidaridad; aspectos relacionados con el respeto a lo público; conocer el valor económico y la repercusión social de los bienes y servicios públicos; asimilar la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre los que se organiza la convivencia social en una cultura democrática, identificando el cumplimiento de las obligaciones tributarias con un deber cívico.

La inclusión de asignaturas específicas de educación tributaria en los planes de estudios es uno de los aspectos en los que se incide de manera primordial en la mayoría de los Estados democráticos, en algunos casos, desde hace ya varias décadas. No obstante, desde una perspectiva internacional comparada, se observan diferencias considerables en cuanto a los contenidos, extensión, y forma de abordar el tema de la educación tributaria.

La reciente incorporación de numerosos países, sobre todo de Latinoamérica, a Planes de Educación Cívico-Tributaria, así como la ampliación de las inversiones destinadas a este fin, en otros muchos Estados, confirman la importancia creciente a nivel internacional de la educación fiscal dentro de las prioridades en materia de educación, y en el marco de políticas destinadas a la lucha contra el fraude fiscal.

Además, la evidencia empírica ha demostrado la trascendencia de la educación tributaria en la mejora de la conciencia fiscal, objetivo fundamental en los planes de prevención del fraude y la evasión fiscal.

#### **2.4.1. Marco conceptual variable dependiente**

Dentro de la literatura bajo esta visión están **(Yitzhaki, 1974)** y **(McCaleb, 1976)** que utilizan la microeconomía; **(Sandmo, 1981)**, **(Greenberg, 1984)**, **(Mookherjee & Png, 1989)** la teoría de juegos y el problema del principal - agente; **(Cowell, 1985)** recopila datos de encuestas sobre las actitudes de los contribuyentes, **(Usher, 1986)** y **(Mayshar, 1991)** la examinan desde la perspectiva del coste, **(Spicer & Becker, 1980)**, **(Kaplanet, 1986)** y **(Franzoni, 1998)** con estudios experimentales relacionando 'evasión e inequidad'. Es interesante que aunque los trabajos teóricos son abundantes, los empíricos son más bien escasos. Para Ecuador, existe una aplicación empírica en el Modelo de Equilibrio General Tributario, desarrollado por el **(Servicio de Rentas Internas, 2009)**.

El pago de impuestos es más que una combinación de probabilidades entre la sanción y la auditoría. El proceso que empieza desde la declaración de impuestos y su verificación hasta la condena de los evasores, es largo y complejo. Los actores dentro del proceso también son múltiples (Administración Tributaria, Tribunales) y sus roles diversos (entrevistas, auditorías, comparecencias judiciales, etc.). Las instituciones y el procedimiento imponen costos indirectos a los contribuyentes y afectan tanto sus actitudes como el resultado mismo del proceso de enjuiciamiento.

Y es la calidad de las instituciones tributarias la que reduce la posibilidad de sancionar a un inocente, y disminuye el grado de 'hostilidad' en la percepción

de los contribuyentes sobre el sistema fiscal (**Tipke, 2002**) denomina a este último aspecto la moral del Estado.

El desconocimiento de la normativa tributaria o altos costos asociados al pago de impuestos originados muchas veces por leyes complejas, pueden no sólo inclinar la relación 'costo-beneficio' hacia la evasión, sino además generar resentimientos que debilitarán la ciudadanía fiscal de los contribuyentes empujándolos incluso a evadir como una forma de 'castigo' para la Administración Tributaria (**Tipke, 2002**).

Según varios estudios, los costos indirectos para los contribuyentes en los países industrializados pueden ser tan altos como 10-13 por ciento de la deuda tributaria total en renta e IVA (véase los trabajos de (**Sandford, 1973**); (**Sandord, 1986**); (**Pitt & Slemrod, 1989**); (**Sandford et al., 1989**); (**Blumenthal & Slemrod, 1992**); (**Sandford, 1995**). En Ecuador, según estudios del Servicio de Rentas Internas, el costo indirecto del cumplimiento tributario para el año 2008 podría alcanzar el 1.6% de la recaudación global.

Las limitaciones de este enfoque clásico son cada vez más evidentes. Por ejemplo, no explica la relación directa entre los niveles de incumplimiento y la probabilidad de auditoría (existen sociedades donde la evasión es baja aun cuando la probabilidad de auditoría es limitada, o casi nula).

Tampoco explica por qué ciertos individuos sienten 'culpa' cuando no pagan sus impuestos y otros si lo hacen. Entonces, es claro que existen otras variables y determinantes no económicos, de orden económico, sociológico, político, administrativo, cultural y moral, ajenos a la maximización de la utilidad esperada de la renta neta (**Fatás & Roig, 2004**).

El cumplimiento y el incumplimiento fiscal sin duda dependerán del nivel de ciudadanía fiscal que tenga cada persona, de esta manera entran en juego

otras variables como la ética, pacto y cohesión social como ya se ha nombrado anteriormente.

Las características de la relación entre el Estado y los ciudadanos, definen gran parte del comportamiento fiscal. Los protagonistas de la relación tributaria (contribuyente y autoridad fiscal) opinan sobre la moral del otro y se califican a sí mismos como éticamente morales o inmorales de acuerdo a parámetros y principios fundamentales. El pago de impuestos depende no solo del ingreso neto esperado donde la probabilidad de captura y el valor de la sanción son los elementos primordiales, sino también de variables cualitativas e intangibles como: los factores socio-demográficos, el conocimiento del sistema tributario, los valores personales y ciudadanos, el sentido de pertenencia, la percepción de la reciprocidad, la solidaridad, entre otros.

Tomando como referencia (**Gestopolis.com, 2012, Internet**), la misma que dice: el Estado para cubrir las necesidades públicas colectivas, y con ello los fines institucionales, sociales y políticos necesita disponer de recursos, que los obtiene, por un lado a través del ejercicio de su poder tributario que emana de su propia soberanía, y por el otro, del usufructo de los bienes propios que el estado posee y los recursos del endeudamiento a través del crédito público.

Desde el punto de vista de los recursos tributarios, la ausencia de esta vía de ingresos, hace que se produzca en las arcas del estado una insuficiencia de fondos para cumplir sus funciones básicas.

Esta abstracción de recursos, es lo que se denomina " evasión fiscal", por ello nos parece adecuado mencionar diferentes conceptos que fueron vertidos en referencia a tal fenómeno.

Si nos ajustamos al significado del término evasión, el mismo es un concepto genérico que contempla toda actividad racional dirigida a sustraer, total o parcialmente, en provecho propio, un tributo legalmente debido al Estado.

"Evasión Fiscal o tributaria es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logran tal resultado mediante conductas fraudulentas u emisivas violatorias de disposiciones legales".

Entonces vemos que en este concepto se conjugan varios elementos donde uno de lo más importante es que existe una eliminación o disminución de un tributo y donde además se transgrede una ley de un país, por los sujetos legalmente obligados. Ampliando las interpretaciones del término evasión, tomamos una definición que dice: "Evasión Tributaria es todo acto que tenga por objeto interrumpir el tempestivo y normado fluir de fondos al Estado en su carácter de administrador, de tal modo que la conducta del sujeto obligado implica la asignación "per se" de un subsidio, mediante la disposición para otros fines de fondos que, por imperio de la ley, deben apartarse de su patrimonio y que sólo posee en tenencia temporaria o como depositario transitorio al solo efecto de ser efectivamente ingresados o llevados a aquél".

Por otra parte si avanzamos en el estudio del fenómeno de la evasión tributaria, se llega al convencimiento que la tarea de elaboración de los efectos y causas requiere un enfoque interdisciplinario, por su ya comentado grado de complejidad y por la intervención de un sinnúmero de factores que dilatan, incentivan o promueven el acto.

Según el (**Observatorio Fiscal de España, 2012, Internet**), el fraude fiscal, que constituye una modalidad de la evasión fiscal, con la característica específica de implicar una voluntad precisa o dolo de transgredir la ley, (aquí se

usa los términos fraude fiscal y evasión fiscal como sinónimos) es contrario tanto al ordenamiento positivo de cada Estado como a las reglas éticas.

Los derechos y deberes fiscales se comprenden no sólo en las relaciones y en los efectos relacionados con las instituciones fiscales sino también en relación con el resto de la ciudadanía.

La premisa antropológica señala que tanto la fiscalidad como la economía son, por definición, un hecho no individual sino siempre colectivo.

Desde siempre y desde diferentes puntos de vista la evasión ha sido siempre vista como algo malo, es así que se debe citar lo que dice San Pablo “el pago de los tributos es una obligación de conciencia” y San Agustín condenó formalmente la evasión, incluso si se llevaba a cabo para realizar una donación a la Iglesia.

El deber de contribuir desde la perspectiva religiosa, y no sólo en la cristiana sino también en la islámica y oriental, es un fin a alcanzar a través de la propiedad privada, el beneficio o de la riqueza (lo superfluo).

Éstos cumplen una función instrumental para la vida del individuo pero no sólo para el que los posee sino también para el prójimo y la colectividad (el “bien común”).

Actualmente, tanto en la ética religiosa como en la laica, quien defrauda viola el séptimo mandamiento: “no robarás” porque defraudar equivale a robar a la colectividad. Defraudar no es un robo al Estado sino a la comunidad. En el Catecismo social de la Iglesia se dice que la “evasión fiscal cuando alcanza ciertas proporciones es un pecado mortal”.

Es inmoral el fraude fiscal porque viola las reglas del mercado y como dice el papa Benedicto XVI en la Encíclica Caritas in Veritate “no hay mercado sin ética”.

El deber de pagar impuestos no se fundamenta en la obtención de los bienes y servicios recibidos sino en la solidaridad que implica una serie de deberes respecto de la comunidad en la que se habita, entre los cuales se encuentra el de contribuir a los gastos comunes, tal y como se afirma en la mayoría de las Constituciones modernas.

Es evidente que en los últimos años se ha venido desarrollando una serie de cambios dentro de todo el ordenamiento tributario, en busca de una mayor recaudación fiscal a fin de poder tener un adecuado Sistema Tributario.

Un tema de relevancia dentro de esta coyuntura es sin lugar a dudas el referido a la “Ciudadanía Fiscal” y sus mecanismos de creación.

El presente trabajo busca dar a conocer la trascendencia de este tema, el cual pocas veces recibe la atención necesaria.

Tarea difícil resulta siempre tratar de dar una definición acerca de algo que no puede ser descrito sobre la base de características percibidas por nuestros sentidos; pero eso no significa que no podamos darla.

Con el mejor ánimo se tratará de entregar en este momento una definición que procure identificar con mayor nitidez a la ciudadanía fiscal; entendiendo a ésta como la “interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados”.

Es importante hacer notar aquí la opinión de un estudioso del Derecho Tributario, nos referimos a (**Lucien Mehl 2006, Internet**), nos dice con respecto a este punto que: "... la aceptación del principio del impuesto, la sumisión voluntaria a la obligación fiscal, presuponen un sentimiento de pertenencia a la comunidad, al mismo tiempo que la robustecen. Existe una clara correlación entre el grado de cohesión y estabilidad de una sociedad y la fuerza de adhesión que sus miembros manifiestan con respecto a los principios políticos que constituyen su base, y el nivel de espontaneidad y sinceridad en la ejecución de las obligaciones fiscales por otro".

La idea de comunidad está presente en nuestra definición y de igual manera en la explicación que da **Lucien Mehl**. Esto porque el hombre es un ser social por naturaleza, por ello no podría vivir solo. Por la misma razón, el aceptar que no puede vivir solo, sino en comunidad, implícitamente acepta el impuesto que representa un gasto por parte de él para financiar los servicios públicos que la propia sociedad reclama, para poder servir a todos, inclusive al propio contribuyente que pagó sus tributos.

Luego de los cambios que han sufrido tanto la normatividad tributaria como la misma Administración Tributaria (SRI) en los últimos tiempos, surge la interrogante respecto a si los contribuyentes han asumido realmente una Conciencia Tributaria.

Una respuesta afirmativa a esta pregunta podría parecer aventurada, dado que no existen en el país mecanismos que procuren fomentar una conciencia Tributaria entre toda la población.

Son los propios contribuyentes los que consideran que pagar tributos responde a una obligación impuesta por el Estado y que no los beneficiará. Todos sabemos que el Estado por el solo hecho de serlo brinda servicios a la

población, por ello los impuestos constituyen su principal, pero no su única fuente de ingresos.

Debido a ello y para elevar hoy en día la recaudación tributaria no se necesita simplemente aumentar las tasas de los impuestos, sino crear en el contribuyente una conciencia tributaria.

Y en esto los profesionales deberían adoptar una cultura tributaria, y esta se la forjará través de una educación tributaria.

Cuando nos referimos a la educación nos referimos también a que se puede educar con sencillez considerando que debe ser entendido no sólo por su comprensión sino por su aplicación a fin de que otorgue resultados favorables tanto a la administración como al contribuyente.

Debemos recordar que la Administración Tributaria, y para nuestro estudio el Sri, será la encargada de recaudar los tributos de todas las personas que realizan actividad económica en el Ecuador, como apoyo importante para la conformación del presupuesto general del estado.

Mediante publicación en el Registro Oficial No 206 del 2 de Diciembre de 1997, se expide la Ley de creación del **Servicio de Rentas Internas (SRI)** como una entidad técnica, autónoma, con personería jurídica, de derecho público, patrimonio y fondos propios, jurisdicción nacional y sede principal en la ciudad de Quito. Su gestión está relacionada a las disposiciones de la Ley de creación, del Código Tributario, la Ley de Régimen Tributario Interno y demás leyes y reglamentos que fueren aplicables y su autonomía concierne a las órdenes administrativas financiero y operativo.

El SRI tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por la Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es

consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El Presupuesto del Estado es el instrumento de política fiscal, constan las estimaciones de los probables ingresos a obtener a través de diversas fuentes tributarias y no tributarias, así como los gastos que podrán realizarse en función del financiamiento previsto. Es decir, reflejan por una parte el origen de sus fuentes de financiamiento y por otra, el destino que se dará a los recursos financieros durante su vigencia.

Así los principales ingresos que tiene el Estado Ecuatoriano para financiar sus gastos proceden de fuentes internas y externas.

**1.- Ingresos corrientes:** La proyección de los ingresos engloba tanto de los ingresos petroleros, y no petroleros; se subdividen:

**1.1 Ingresos petroleros:** Proviene de dos fuentes, la primera de las exportaciones petroleras y la segunda venta de derivados de combustible (Consumo interno)

**1.2 Ingresos no petroleros:** se refiere a todo tipo de ingreso no relacionado con el petróleo.

**Tributarios:** Constan los impuestos que administra el SRI; Impuesto a la Renta Global, Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), Impuesto a los Vehículos Motorizados de transporte terrestre y los que administra la CAE: Aranceles **No tributarios:** Multas, intereses e ingresos de autogestión (venta de bienes y servicios) tasas, contribuciones, derechos, rentas de inversiones y otros.

**2.- Ingresos de capital:** Proviene de las privatizaciones (venta de empresas estatales), venta de bienes inmuebles y otras obras públicas, concesión de las empresas petroleras privadas.

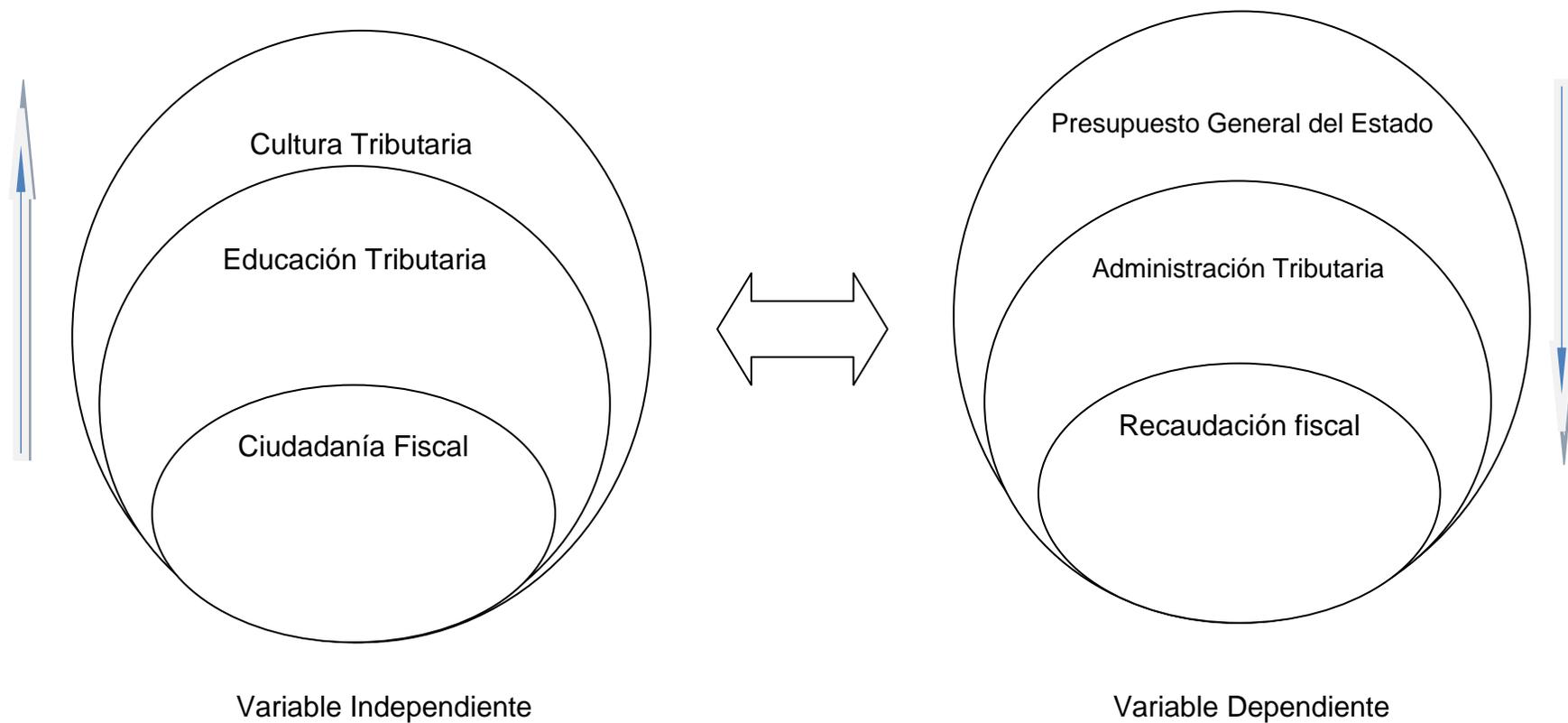
**3.- Ingresos de financiamiento.-** Proviene de los préstamos internos o externos (desembolsos de créditos internos y externos), se incluye el endeudamiento de todas las instituciones públicas.

Pero, el estado ha dependido durante muchos años del precio del barril de petróleo, recurso natural del Ecuador, que a pesar que durante muchos años se ha mantenido en precios sobre los esperados, es un recurso no renovable que dé a poco se está acabando, es por esta razón que el Estado ha dado un giro a la fuente principal de ingresos y es de esta manera como le está dando mayor importancia a los tributos como su principal fuente de ingresos del presupuesto nacional.

## 2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados

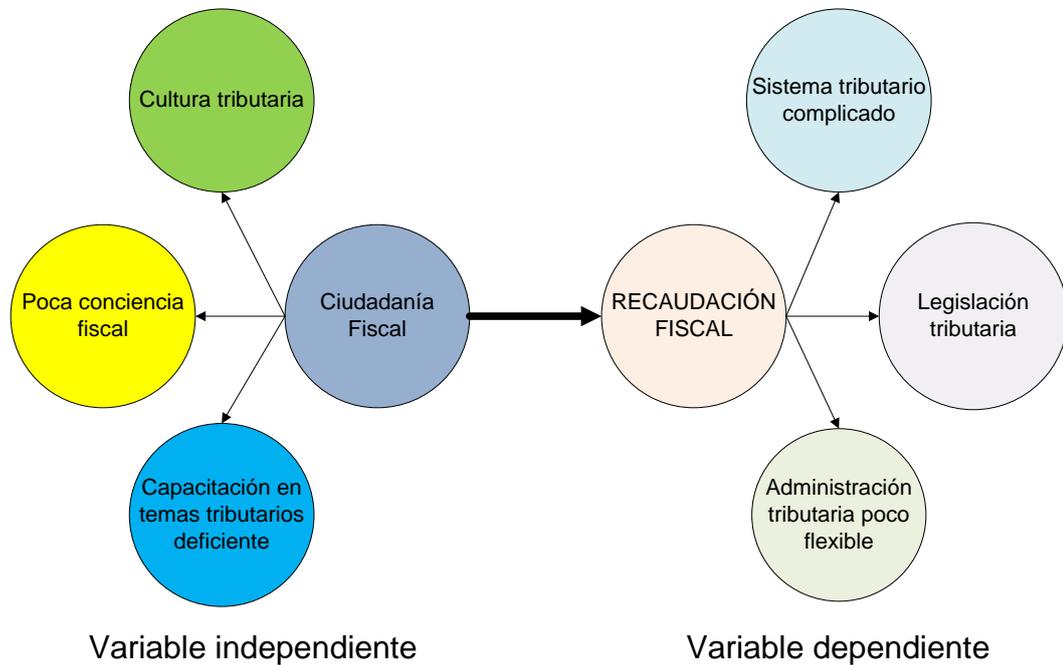
### 2.4.2.1. Superordinación Conceptual

Gráfico N° 1: Superordinación Conceptual



## 2.4.2.2. Subordinación conceptual

Gráfico N° 2: Subordinación conceptual



## 2.5. Hipótesis

¿La recaudación tributaria será mayor cuando los profesionales de la ciudad de Ambato tengan una ciudadanía fiscal?

### 2.5.1. Elementos de la hipótesis

- **Variable independiente:** Ciudadanía fiscal
- **Variable dependiente:** La Recaudación Tributaria
- **Unidad de observación:** Profesionales de la ciudad de Ambato.
- **Términos de relación:** será, mayor, cuando, los, tengan

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Enfoque

La presente investigación fue mixta, Según **(Hernández Sampieri 2003, 21)**, “Representa el más alto grado de investigación o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo”.

Según **(Nerida Rey, 1999, 51)**, nos dice: “Es la complementación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, ya que cantidad y calidad no son más que aspectos complementarios de un mismo hecho”.

Podemos precisar que en una investigación científica es imprescindible cualquiera de estos dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) y por lo tanto está tercera clasificación donde se consideró al enfoque mixto como una investigación de alto grado que es irrelevante.

Según **(Hernández Sampieri, 2003, 22)**, afirma que: “Constituye el mayor grado de investigación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde ambos se combinan durante el proceso de investigación”.

Como ya lo habíamos recalado anteriormente en una investigación se da los dos enfoques manteniendo cada uno sus métodos y técnicas de investigación, la una característica que hay que resaltar es prevelecia de uno de estos, es lo que llamaría Sampieri enfoque dominante.

## **3.2. Modalidad básica de la investigación**

### **3.2.1. Investigación de campo**

Según **(Víctor Hugo Abril, 2009, Internet)**, en su texto de Metodología de la Investigación, la Investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

En el texto de **(Luis Herrera, y otros, 2004, 103)**, investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar que se producen los acontecimientos.

En esta investigación el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Es decir esta investigación sirvió para la recopilación de la información de fuentes primarias, la que se obtuvo de las personas a través de encuestas, entrevistas o a través de la observación directa.

### **3.2.2. Investigación bibliográfica-documental**

De acuerdo a **(Luis Herrera, y otros, 2004, 104)**, esta investigación tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).

Su aplicación se recomienda especialmente en estudios sociales comparados de diferentes modelos, tendencias, o de realidades socioculturales; en estudios geográficos, históricos, geopolíticos, literarios, entre otros.

### **3.3. Nivel o Tipo de Investigación**

#### **3.3.1. Investigación asociación de variables.**

Tomado de **(Luis Herrera y otros, 2004, 106)**, dicen en su libro que esta investigación evalúa las variaciones de comportamiento de una variable en función de variación de otras variables, además puede medir el grado de relación entre variables y determinar tendencias (modelos de comportamiento mayoritario).

En el sitio de investigación de **(Abril Sánchez, Enríquez Palomino, & Sánchez Rivero, 2012, 127)** Afirma que: en este tipo de investigación se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u

otros factores. La existencia y fuerza de esta covariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación.

Es conveniente tener en cuenta que esta covariación no significa que entre los valores existan relaciones de causalidad, pues éstas se determinan por otros criterios que, además de la covariación, hay que tener en cuenta.

A continuación se nombrarán algunas características de este tipo de investigación:

- a. Es indicado en situaciones complejas en que importa relacionar variables, pero en las cuales no es posible el control experimental.
- b. Permite medir e interrelacionar múltiples variables simultáneamente en situaciones de observación naturales, como en los ejemplos ofrecidos.
- c. Permite identificar asociaciones entre variables, pero hay que prevenir que ellas sean espurias o falsas, introduciendo los controles estadísticos apropiados.
- b) Es menos riguroso que el tipo de investigación experimental porque no hay posibilidad de manipular la variable (o variables) independiente(s) ni de controlarlas rigurosamente. En consecuencia, no conduce directamente a identificar relaciones causa-efecto, pero sí a sospecharlas.

### **3.3.2. Investigación exploratoria**

Según lo señala **(Roberto Hernández y otros, 2003, 115-117)**, los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a los otros tipos de investigación. Se efectúan normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco

estudiado, del cual se tiene dudas o no se han abordado antes. Los estudios exploratorios sirven para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.

Se consideró conveniente la aplicación de la investigación exploratoria, porque a más de referirse a un primer nivel de conocimiento, nos permitió ubicarnos en contacto con la realidad investigada, fue la manera más adecuada de explorar todos los aspectos relacionados con los procesos coactivos y el gasto público, lo que nos ayudó a obtener elementos de juicio para reafirmar el problema planteado, reforzando el conocimiento respecto a las posibles causas y sobretodo brindar una mayor seguridad al momento de plantear los resultados de la investigación.

### **3.3.3. Investigación descriptiva**

Tomando como referencia a **(César Bernal, 2000, 111)**, define a la investigación descriptiva como aquella en la que se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno de estudio.

Para **(Hugo Cerda, 1997, 71)**, tradicionalmente ha definido la palabra “describir” como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas, describiendo aquellos aspectos más característicos distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas. La función principal de este tipo de investigación es la capacidad de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio

Según lo señala **(Roberto Hernández y otros, 2003, 117-118)**, los estudios exploratorios buscan especificar las propiedades, características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis.

Para alcanzar un segundo nivel de conocimiento, se empleó la Investigación Descriptiva, a través de la cual se describió todos los hechos y características más sobresalientes que se produjeron en relación al problema de investigación, con lo cual, estuvimos en capacidad de conocer cuál es la principal causa que originó un elevado gasto público en la ejecución del proceso coactivo, logrando con ello un mayor nivel de conocimiento e información para la investigación.

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.4.1. Definir la población**

Es importante conocer la definición de población, de acuerdo con lo indicado por **(Germán Fracica, 1988, 36)**, la población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede también definir como el conjunto de todas las unidades de muestreo.

Se conoce como población a todos los elementos involucrados en el sistema de investigación, también es conocidos como universo, en el caso del presente estudio según el Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC) de acuerdo al Censo de Población y Vivienda (CPV – 2010); en la ciudad de Ambato la población mayor a 24 años y con título profesional reconocido es de: 26.252. (Ver anexo 2 del INEC).

#### **3.4.2. Determinar la muestra**

Según **(Víctor Abril, 2010, Internet)** el muestreo regulado es aquel en el que la muestra forma parte de los elementos del universo o población en los cuales se hace presente el problema de investigación.

Para el proyecto fue necesario calcular una muestra, debido a que no existen los recursos disponibles para este número de población.

El muestreo utilizado fue el Muestreo Aleatorio el cual según la página ([www.bioestadistica.uma.es](http://www.bioestadistica.uma.es), 2009, Internet) es aquel en el que se divide la población de  $N$  individuos, en  $k$  subpoblaciones o estratos, atendiendo a criterios que puedan ser importantes en el estudio, de tamaños respectivos  $N_1, \dots, N_k$ ,

$$N = N_1 + N_2 + \dots + N_k$$

y realizando en cada una de estas subpoblaciones muestreos aleatorios simples de tamaño  $n_i$   $i = 1, \dots, k$ .

(Ver anexo 3 en Inec)

Cálculos:

$N = 26.252$  personas

Fórmula;

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Simbología:

$n$  = Tamaño de la muestra.

$Z$ = Nivel de Confiabilidad 95% ( $Z=1,96$ )

$P$ =Probabilidad de ocurrencia 0.5

$Q$ =Probabilidad de no ocurrencia  $1 - 0,5 = 0,5$

$N$ = Población 26.252

$e$ = Error de muestreo 0,05 (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) 26.252}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + 26.252 (0,05)^2}$$

n = 379 personas profesionales

### 3.5. Operacionalización de las variables

Según **(Luis Herrera E. y otros, 2002, 166-170)** “la operacionalización de hipótesis es un procedimiento por el cual se pasa del plano abstracto de la investigación a un plano concreto, traduciendo cada variable de la hipótesis a manifestaciones directamente observables y medibles, en el contexto en que se ubica el objeto de estudio, de manera que oriente recolección de información”.

### 3.5.1. Operacionalización de la variable independiente

**Tabla Nº 2:** Variable independiente

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: deficiente ciudadanía fiscal</b>				
<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>CATEGORÍAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS BÁSICOS</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (esto es lo más importante)</b>
Deficiente educación en temas de tributación. se conceptúa como:  Aquel conocimiento distorsionado que tienen las personas en temas relacionados a la tributación.	Conocimiento basado en la rutina	En el año 2008 ha habido un incremento de 95 % en relación al año 2008 de las personas que se han incorporado al RUC	¿Qué tipo de conocimiento tributario recibió en su vida?	Observación base de datos SRI. Ver anexo 2  Encuestas estructuradas a las personas que conforman el universo de estudio. Ver Anexo 4
	Conocimiento basado en la experiencia	En nuestro país la evasión del impuesto a la renta es del 90% Según datos del año 2006	¿Qué consejos o sugerencias recibe de sus cercanos?	
		La evasión de impuestos al valor agregado es del 31.8% Según datos del año 2006	¿Es posible bajar el índice de evasión de impuesto?	
	Conocimiento conceptual	En el año 2009 el Ecuador recaudó un 8% más en relación al 2008	¿Cada año aumentan las recaudaciones, debido a una mejor moral tributaria?	

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Aidee Llerena B.

### 3.5.2. Operacionalización de la variable Dependiente

**Tabla Nº 3:** Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE: recaudación fiscal				
Problema: CONCEPTUALIZACIÓN Evasión de Impuestos se conceptúa como:	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
El impago voluntario de tributos establecidos por la ley .	Evadir por iniciativa personal	En el año 2011, el SRI, publica que la evasión de impuestos bordea el 45%	¿Qué sabe acerca de pago de tributos?	Encuestas estructuradas a las personas que conforman el universo de estudio. Ver Anexo 3
	Evadir presionado por personas cercanas	La psicología social postula que los individuos observan el comportamiento de sus semejantes para decidir qué es aceptable, razonable o esperado en su entorno social.	¿Qué consejos o sugerencias recibe de sus cercanos?	
	Evadir por desconocimiento de la ley.	Es necesario enseñar al ciudadano el rol que debe cumplir el estado, y se debe poner énfasis que él, como parte integrante de la sociedad.	¿Cuánto conoce acerca de la ley en el área de tributación?	

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Aidee Llerena B.

### 3.6. Recolección de información

Metodológicamente para **(Luis Herrera E. y otros, 2002, 174-178 y 183-185)**, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información.

#### 3.6.1. Plan para la recolección de información

Este plan contempló estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.** En el presente trabajo de investigación se efectuó encuestas a los profesionales de la ciudad de Ambato.
- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** En el presente proyecto de investigación, se realizaron las técnicas que se detallan:

**La encuesta.-** Según **(Carlos Muñoz, 2009: Internet)**, es una recopilación de opiniones por medio de cuestionarios o entrevistas en un universo o muestras específicos, con el propósito de aclarar un asunto de interés para el encuestador. Se recomienda buscar siempre agilidad y sencillez en las preguntas para que las respuestas sean concretas y centradas sobre el tópico en cuestión.

Para la presente investigación, se realizaron unas encuestas a distintos profesionales de la ciudad de Ambato mediante un cuestionario que

permitió obtener información de importancia, necesaria para el desarrollo del estudio planteado.

**El cuestionario**, según **(Carlos Muñoz, 2009, Internet)**, menciona que es el documento en el cual se recopila la información por medio de preguntas concretas (abiertas o cerradas) aplicadas a un universo o muestra establecidos, con el propósito de conocer una opinión.

Esta herramienta tiene la gran ventaja de poder recopilar información en gran escala debido a que se aplica por medio de preguntas sencillas que no deben implicar dificultad para emitir la respuesta; además su aplicación es impersonal y está libre de influencias como en otros métodos.

**La entrevista.**- Según **(Manuel Galán Amador, 2012, Internet)**, la entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto, se considera que este método es muy eficaz, ya que permite obtener información más completa.

- **Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.** Los instrumentos diseñados para la recopilación de información primaria fueron elaborados por el investigador y consisten en tres cuestionarios para entrevistas, conforme se puede apreciar en el Anexo 4 adjunto.
- **Selección de recursos de apoyo (equipos de trabajo).** En el presente trabajo de investigación recibió la colaboración de varios estudiantes de

la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, especialmente en lo que a recolección de información se refiere.

- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.** Para el presente estudio se desarrolló una investigación por estratos, la determinación de los profesionales fue al azar, una vez ubicados en conglomerados como son: Universidades de la Ciudad de Ambato, como también algunos colegios profesionales que existen y que ha brindado las facilidades.

**Tabla N° 4:** Técnicas a ser utilizadas

<b>TÉCNICAS</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>
ENCUESTA	Método Deductivo
	Profesionales de la Ciudad de Ambato
	01 al 20 de octubre de 2012
ENTREVISTA	Método Inductivo – Deductivo
	Destacados expertos en Tributación centro del país
	Del 1 al 15 de noviembre del 2012

**Fuente:** Proyecto de investigación

**Elaborado por:** Aidee Llerena B.

### 3.7. Procesamiento y análisis

#### 3.7.1. Plan de Procesamiento de información

- **Revisión crítica de la información recogida.** Es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- **Repetición de la recolección.** En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis.** Según **(Wikibooks, 2009, Internet)**, nos indica que tras la recogida de información en una investigación, nos encontraremos con una serie de datos sobre diferentes variables de los individuos de una muestra. El primer paso para comenzar a analizar los datos es el de organizarlos de manera que podamos ver las características de los diferentes valores que han tomado las observaciones

El tipo de organización de los datos depende del tipo de variable; es lo que comúnmente conocemos como tabulación

En la tabulación de los datos que fueron recogidos con el desarrollo del presente proyecto de investigación, se ha considerado conveniente que se utilice la siguiente tabla, en lo que respecta a las entrevistas a ser aplicadas a los expertos en temas tributarios; cabe indicar que el formato permitió apreciar visualmente en forma fácil las respuestas a las inquietudes planteadas, para su posterior análisis técnico:

### 3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

- **Análisis de los resultados estadísticos.** Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- **Interpretación de los resultados.** Con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

**Comprobación de hipótesis.** Para la presentación del presente estudio fue necesario emplear el método estadístico chi cuadrado, debido que la población es mayor a 100. Según el diccionario de **(Wikipedia, internet, 2009)** dice que en estadística, la distribución  $\chi^2$  (de Pearson) es una distribución de probabilidad continua con un parámetro  $k$  que representa los grados de libertad de la variable aleatoria:

$$X = Z_1^2 + \dots + Z_k^2$$

Donde  $Z_i$  son variables de distribución normal, de media cero y varianza uno. El que la variable aleatoria  $X$  tenga esta distribución se representa habitualmente así:  $X \sim \chi_k^2$ .

Fue conveniente tener en cuenta que la letra griega  $\chi$  se transcribe al latín como chi<sup>1</sup> y se pronuncia en castellano como ji.<sup>2 3</sup>

La distribución  $\chi^2$  tiene muchas aplicaciones en inferencia estadística, por ejemplo en la denominada prueba  $\chi^2$  utilizada como prueba de independencia y como prueba de bondad de ajuste y en la estimación de varianzas. También está involucrada en el problema de estimar la media de una población normalmente distribuida y en el problema de estimar la pendiente de una recta de regresión lineal, a través de su papel en la

distribución t de Student, y participa en todos los problemas de análisis de varianza, por su papel en la distribución F de Snedecor, que es la distribución del cociente de dos variables aleatorias independientes con distribución  $\chi^2$ .

- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones. Explicación del procedimiento de obtención de las conclusiones y recomendaciones. Las conclusiones se derivaron de la ejecución y cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación. Las recomendaciones se derivaron de las conclusiones establecidas. A más de las conclusiones y recomendaciones derivadas de los objetivos específicos, si pueden establecerse más conclusiones y recomendaciones propias de la investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1. Análisis e interpretación de los resultados**

##### **4.1.1. Análisis e Interpretación de la Encuesta**

La encuesta aplicada consta de dieciocho preguntas (Anexo 4), las mismas que se formularon con el propósito de conocer sobre nivel de ciudadanía fiscal de los profesionales de la ciudad de Ambato.

De acuerdo a lo indicado en el Capítulo III de la presente investigación, se realizaron las encuestas a una población de 379 profesionales, que se encuentra compuesta por diferentes tipos de profesionales en diversas áreas:

### Pregunta 1. ¿Cuál es el sexo de la persona encuestada?

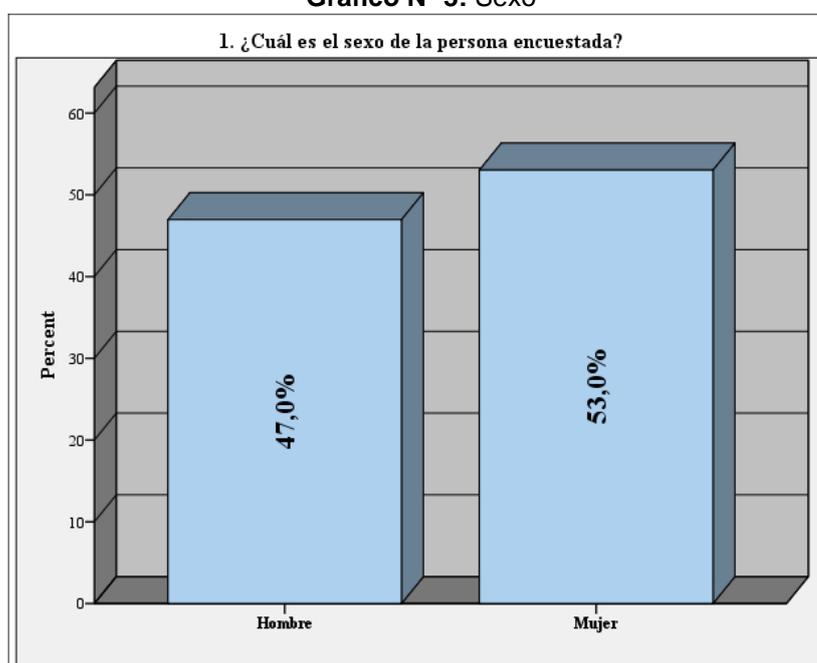
Tabla Nº 5: Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	Hombre	178	47,0	47,0	47,0
	Mujer	201	53,0	53,0	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Gráfico Nº 3: Sexo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

### Interpretación

Se puede apreciar que 178 de los profesionales encuestados que representan el 47% son hombres, mientras que 201 de las personas encuestadas que representan el 53% son mujeres.

### Análisis

Se puede afirmar que la mayor parte de los profesionales que colaboraron en la encuesta son mujeres, debido a que en el cantón Ambato existen más mujeres que hombres.

## Pregunta 2. ¿Cuál es su profesión?

Tabla Nº 6: Profesión

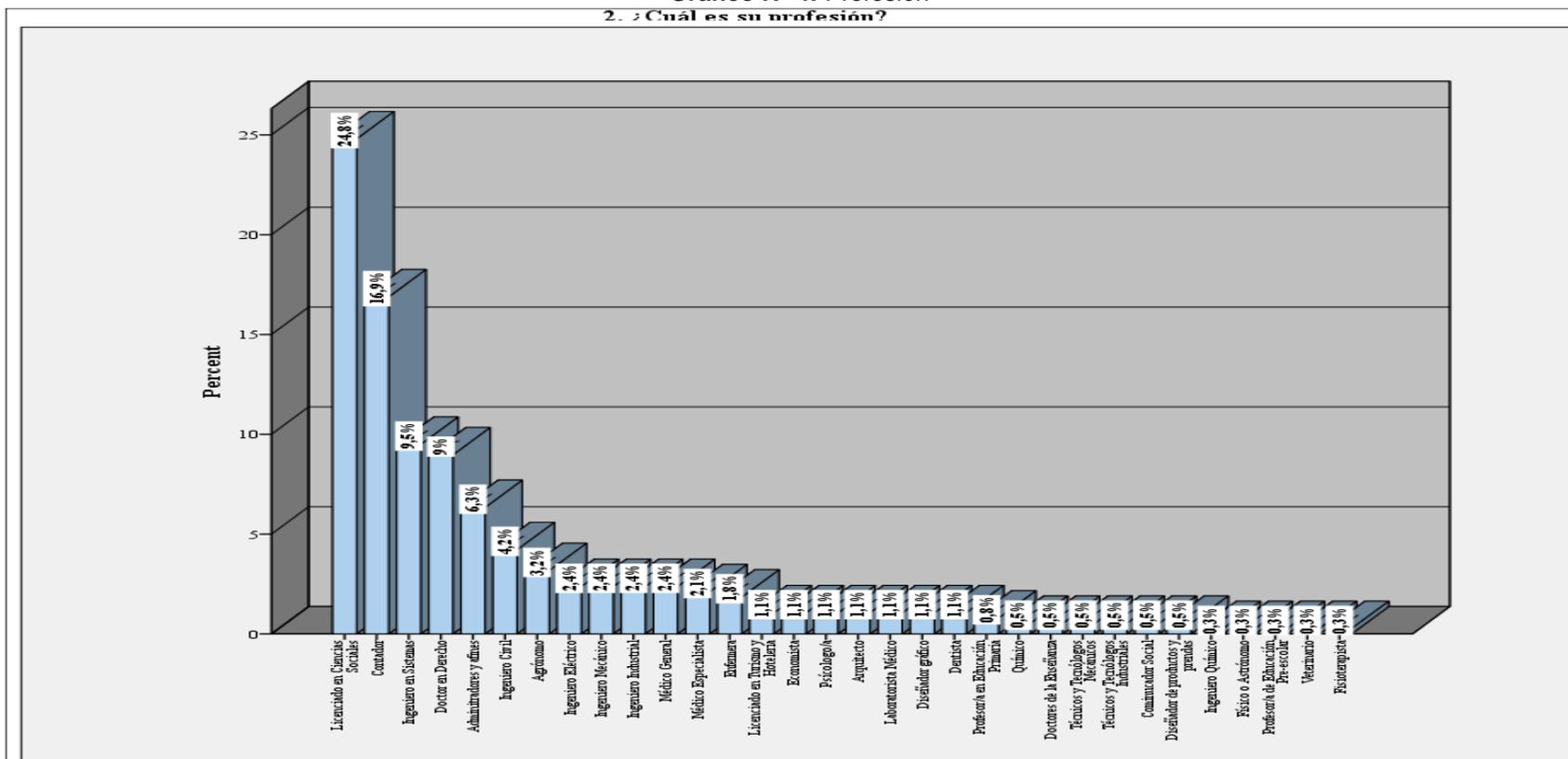
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid Agrónomo	12	3,2	3,2	3,2
Arquitecto	4	1,1	1,1	4,2
Físico o Astrónomo	1	,3	,3	4,5
Químico	2	,5	,5	5,0
Ingeniero Industrial	9	2,4	2,4	7,4
Ingeniero Mecánico	9	2,4	2,4	9,8
Ingeniero Civil	16	4,2	4,2	14,0
Ingeniero Químico	1	,3	,3	14,2
Ingeniero Eléctrico	9	2,4	2,4	16,6
Dentista	4	1,1	1,1	17,7
Diseñador de productos y prendas	2	,5	,5	18,2
Diseñador gráfico	4	1,1	1,1	19,3
Enfermera	7	1,8	1,8	21,1
Fisioterapeuta	1	,3	,3	21,4
Laboratorista Médico	4	1,1	1,1	22,4
Médico General	9	2,4	2,4	24,8
Médico Especialista	8	2,1	2,1	26,9
Veterinario	1	,3	,3	27,2
Contador	64	16,9	16,9	44,1
Comunicador Social	2	,5	,5	44,6
Psicólogo/a	4	1,1	1,1	45,6
Ingeniero en Sistemas	36	9,5	9,5	55,1
Licenciado en Ciencias Sociales	94	24,8	24,8	79,9
Profesor/a de Educación Pre-escolar	1	,3	,3	80,2
Profesor/a en Educación Primaria	3	,8	,8	81,0
Doctor en Derecho	34	9,0	9,0	90,0
Economista	4	1,1	1,1	91,0
Licenciado en Turismo y Hotelería	4	1,1	1,1	92,1
Técnicos y Tecnólogos Industriales	2	,5	,5	92,6
Técnicos y Tecnólogos Mecánicos	2	,5	,5	93,1
Doctores de la Enseñanza	2	,5	,5	93,7
Administradores y afines	24	6,3	6,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 4: Profesión**

2. ¿Cuál es su profesión?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## **Interpretación**

Se puede apreciar que el 3,2% de las personas encuestadas trabajan en el área de agronomía, el 1,1% son arquitectos, el 0,3% son físicos o astrónomos, el 0,5% son Químicos, el 2,4% son ingenieros mecánicos, el 4,2% son ingenieros civiles, el 0,3% afirman que son ingenieros químicos, el 2,4% son ingenieros eléctricos, el 1,1% son dentistas, el 0,5% son diseñadores de productos y prendas, el 1,1% son diseñadores gráficos, el 1,8% de las encuestadas son enfermeras, el 0,3% son fisioterapeutas, el 1,1% son laboratoristas médicos, un 2,4% son médicos generales, el 2,1% son médicos especialistas, el 0,3% son veterinarios, un porcentaje alto como es el 16,9% son contadores, el 0,5% son comunicadores sociales, el 1,1% son psicólogos, el 9,5% son ingenieros en sistemas, un 24,8% que es el porcentaje que mayor cantidad de profesionales tienen son licenciados en ciencias sociales, un 0,3% son profesores en educación preescolar, el 0,8% con profesores de educación primaria, el 9% son doctores en derecho, el 1,1% son economistas, el 1,1% son licenciados en turismo y hotelería, el 0,5% son técnicos o tecnólogos industriales, técnicos o tecnólogos mecánicos y doctores de enseñanza respectivamente. Y un 6,3% son administradores o afines.

## **Análisis**

La mayor parte de encuestados son licenciados en ciencias sociales, contadores, ingenieros en sistemas, doctores en derecho administradores y afines. Son las profesiones con mayor porcentaje, y por lo tanto las más representativas en cuanto al número de integrantes.

### Pregunta 3. ¿Cuál es el mayor título alcanzado?

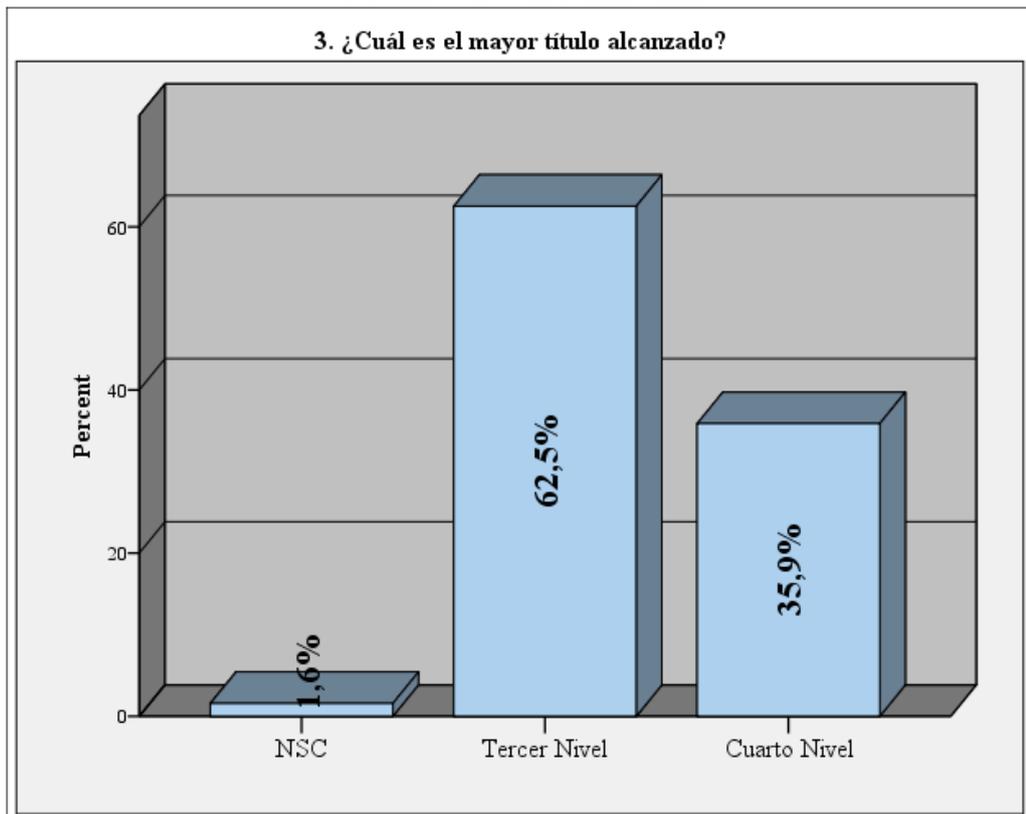
Tabla Nº 7: Título alcanzado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	NSC	6	1,6	1,6	1,6
	Tercer Nivel	237	62,5	62,5	64,1
	Cuarto Nivel	136	35,9	35,9	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Gráfico Nº 5: Título alcanzado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

Se puede observar en el gráfico anterior que la mayor parte de encuestados (62,5%) han cursados el tercer nivel de educación, mientras que el 35,9% tienen estudios de cuarto nivel. Y el 1,6% corresponde a aquellas personas que no contestan

## Análisis

Se puede apreciar que los profesionales encuestados en su mayoría cuentan con un título de tercer nivel.

### Pregunta 4. ¿Cuántos años lleva ejerciendo su profesión?

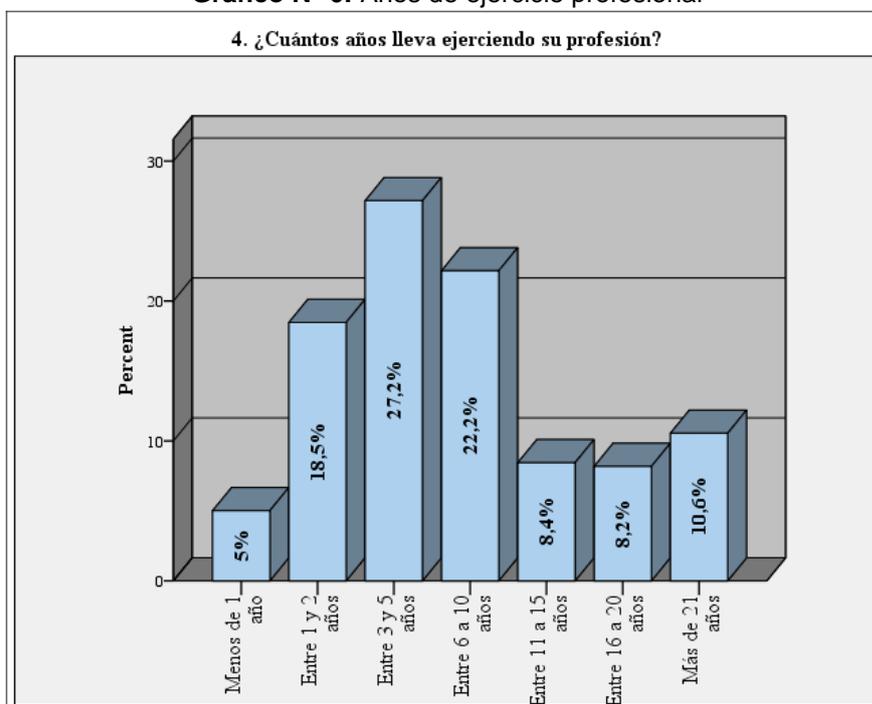
**Tabla N° 8:** Años de ejercicio profesional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid Menos de 1 año	19	5,0	5,0	5,0
Entre 1 y 2 años	70	18,5	18,5	23,5
Entre 3 y 5 años	103	27,2	27,2	50,7
Entre 6 a 10 años	84	22,2	22,2	72,8
Entre 11 a 15 años	32	8,4	8,4	81,3
Entre 16 a 20 años	31	8,2	8,2	89,4
Más de 21 años	40	10,6	10,6	100,0
Total	379	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 6: Años de ejercicio profesional**



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

Se puede observar en el gráfico anterior que el 27,2% de los profesionales encuestados ejercen su profesión en un rango de 3 y 5 años, el 22,2% afirman que trabajan entre 6 a 10 años, un 18,5% sostienen que trabajan entre 1 y 2 años, el 10,6% trabaja más de 21 años en su profesión, un 8,4% afirman que trabajan entre 11 a 15 años el 8,2% ha trabajado entre 16 a 20 años, y tan solo el 5% de los encuestados afirman trabajar menos de un año.

## Análisis

Se puede apreciar que las personas encuestadas ejercen su profesión entre 1 año y 10 años en su mayoría.

**Pregunta 5. ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual profesional promedio en USD?**

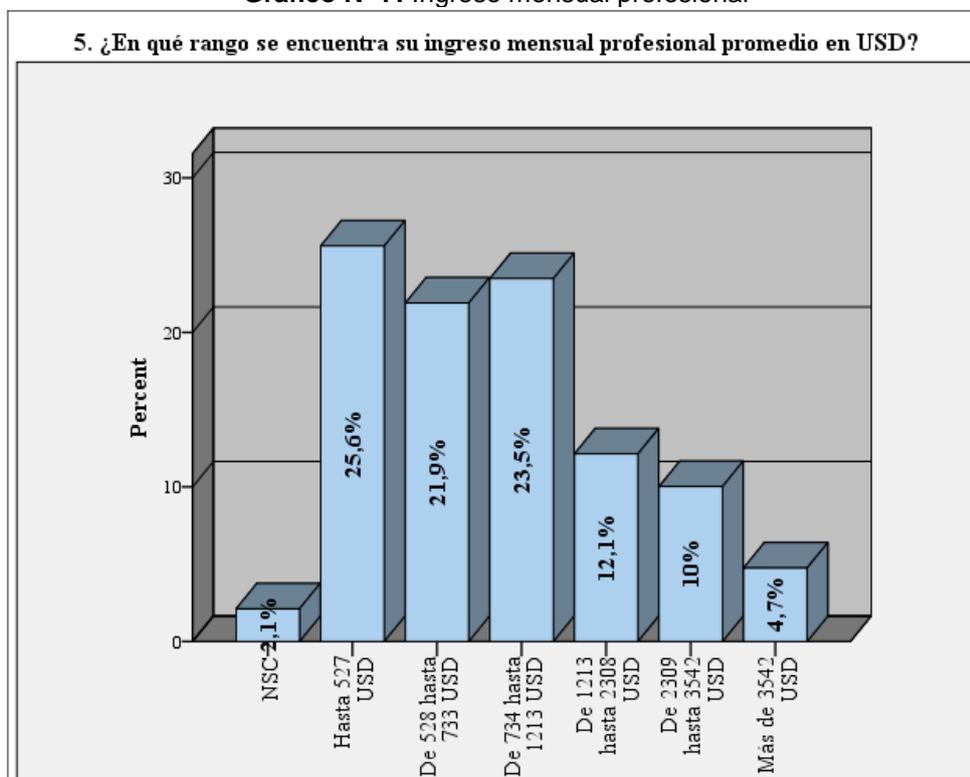
**Tabla Nº 9:** Ingreso mensual profesional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	NSC	8	2,1	2,1	2,1
	Hasta 527 USD	97	25,6	25,6	27,7
	De 528 hasta 733 USD	83	21,9	21,9	49,6
	De 734 hasta 1213 USD	89	23,5	23,5	73,1
	De 1213 hasta 2308 USD	46	12,1	12,1	85,2
	De 2309 hasta 3542 USD	38	10,0	10,0	95,3
	Más de 3542 USD	18	4,7	4,7	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico Nº 7:** Ingreso mensual profesional



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

En el gráfico N° 7, se puede observar que el rango de ingresos mensuales profesionales del 2,1% no contestaron dicha pregunta, un 22,6% de encuestados ganan hasta 527 dólares. El 21,9% afirman que ganan de 528 a 733 dólares, el 23,5% sostienen que sus ingresos son 734 a 1213 dólares, el 12,1% afirman que sus ingresos van de 1213 hasta 2308 dólares, el 10% sostienen que ganan de 2309 a 3542 dólares y el 4,7% de los profesionales encuestados afirman que sus ingresos son mayores a 3542 dólares.

## Análisis

Se puede apreciar que los ingresos profesionales de la mayoría de encuestados se encuentran desde 527 a 1213 dólares.

### Pregunta 6. ¿Sus otros ingresos mensuales están entre?

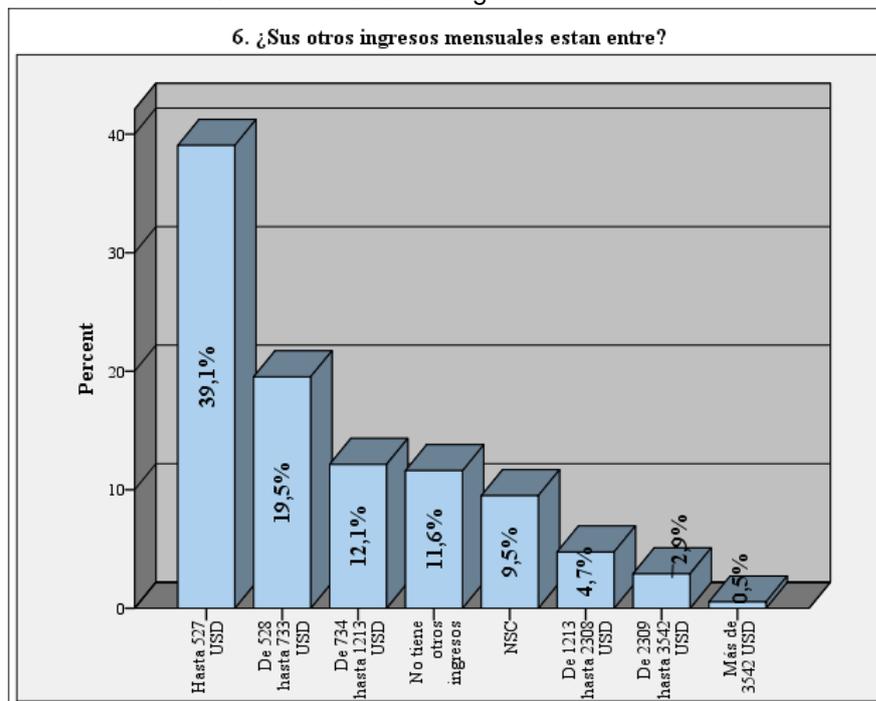
Tabla N° 10: Otros ingresos mensuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid NSC	36	9,5	9,5	9,5
Hasta 527 USD	148	39,1	39,1	48,5
De 528 hasta 733 USD	74	19,5	19,5	68,1
De 734 hasta 1213 USD	46	12,1	12,1	80,2
De 1213 hasta 2308 USD	18	4,7	4,7	85,0
De 2309 hasta 3542 USD	11	2,9	2,9	87,9
Más de 3542 USD	2	,5	,5	88,4
No tiene otros ingresos	44	11,6	11,6	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 8: Otros ingresos mensuales**



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### **Interpretación**

En el gráfico N° 8 se puede apreciar la cantidad de ingresos mensuales que estos profesionales adquieren fuera de su ámbito laboral profesional, se observa que el 9,5% no contestaron dicha pregunta, el 39,1% sostienen que sus ingresos son de hasta 527 dólares, el 19,5% tienen ingresos de 528 a 733 dólares, el 12,1% sostienen que sus ingresos son 734 a 1213 dólares, el 4,7% afirman que sus ingresos van de 1213 hasta 2308 dólares, el 2,9% sostienen que sus ingresos son de 2309 a 3542 dólares, el 0,5% de los encuestados sostienen sus otros ingresos son de 3542 dólares y el 11,6% afirman que no tienen otros ingresos aparte de los que reciben por su ejercicio profesional.

### **Análisis**

Se puede apreciar que la gran mayoría de profesionales encuestados tienen otros ingresos aparte de los que perciben por su ejercicio profesional, estos ingresos son por negocios propios o porque tienen dos trabajos.

### Pregunta 7. ¿Cuál sería la razón por la que usted NO pagaría sus impuestos?

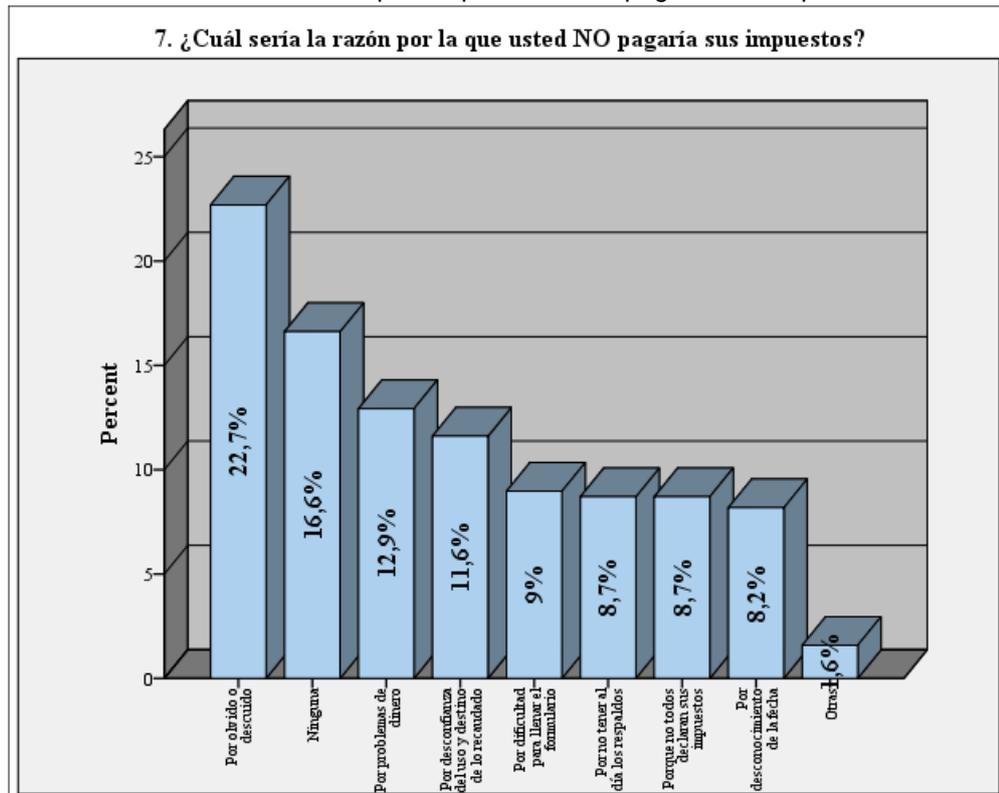
Tabla N° 11: Razón por la que usted NO pagaría sus impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Vali d	49	12,9	12,9	12,9
Por problemas de dinero	86	22,7	22,7	35,6
Por olvido o descuido	33	8,7	8,7	44,3
Porque no todos declaran sus impuestos	31	8,2	8,2	52,5
Por desconocimiento de la fecha	34	9,0	9,0	61,5
Por dificultad para llenar el formulario	44	11,6	11,6	73,1
Por desconfianza del uso y destino de lo recaudado	33	8,7	8,7	81,8
Por no tener al día los respaldos	63	16,6	16,6	98,4
Ninguna	6	1,6	1,6	100,0
Otras	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Gráfico N° 9: Razón por la que usted NO pagaría sus impuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

En el gráfico N° 9 se puede apreciar las razones principales porque los profesionales no pagarían impuestos en el siguiente orden: El 22,7% no pagaría por olvido o descuido, el 16,6% opinaron que no hay ninguna justificación para no pagar impuestos, el 12,9% opina que no pagaría por problemas de dinero, un 11,6% opina que no pagaría por desconfianza en cómo se utilizaran esos recursos, el 9% afirma que se les dificulta llenar los formularios, un 8,7% afirma que por no tener los respaldos al día, un 8,7% opinan que porque no todos pagan impuestos, el 8,2% afirman que por desconocimiento de la fecha y un 1,6% por otras razones.

## Análisis

Las respuestas a esta pregunta son una apreciación al comportamiento relacionados con el fraude fiscal, es así como el 48% del total se dividen entre “por olvido o descuido”, por falta de dinero y por desconfianza en cómo se utilizan los recursos recaudados. Pero es gratificante destacar un 16,6% de los encuestados creen que no hay justificación para dejar de pagar los impuestos.

### Pregunta 8. ¿Las personas que pagan impuestos lo hacen por?

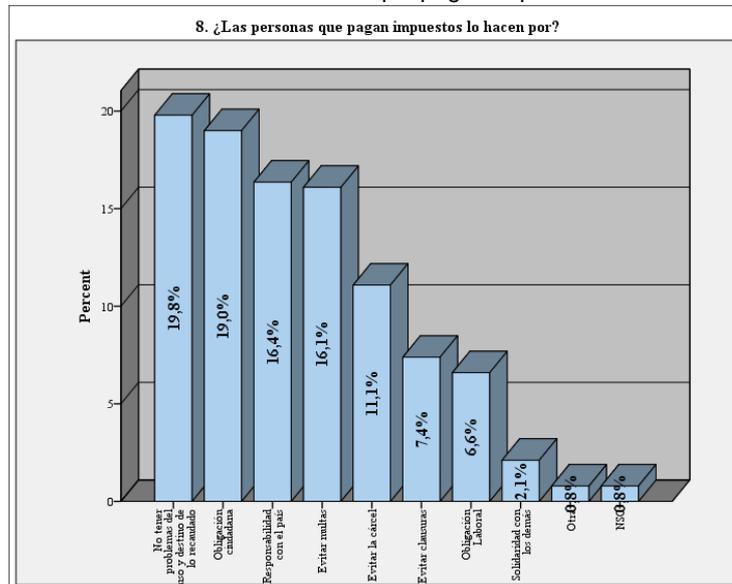
Tabla N° 12: Porque pagan impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid NSC	3	,8	,8	,8
Evitar la cárcel	42	11,1	11,1	11,9
Evitar multas	61	16,1	16,1	28,0
Obligación ciudadana	72	19,0	19,0	47,0
Responsabilidad con el país	62	16,4	16,4	63,3
Evitar clausuras	28	7,4	7,4	70,7
No tener problemas del uso y destino de lo recaudado	75	19,8	19,8	90,5
Solidaridad con los demás	8	2,1	2,1	92,6
Obligación Laboral	25	6,6	6,6	99,2
Otra	3	,8	,8	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 10: Porque pagan impuestos**



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### Interpretación

En el gráfico N° 10 se puede apreciar que las personas encuestadas pagan sus impuestos principalmente por no tener problemas legales (19,8%), el 19% afirma que pagan porque es una obligación tributaria, el 16,4% sostiene que por ser responsables con el país, el 16,1% creen que por evitar multas, el 11,1% por evitar la cárcel, un 7,4% opina que por evitar clausuras, el 6,6% opina que por obligación laboral, mientras que un 2,1% lo hacen por solidaridad con los demás, un 0,8% afirman que otros y un 0,8% no contesta.

### Análisis

Los resultados de esta encuesta permiten identificar algunas percepciones respecto al cumplimiento. Ante esto un 20% afirman que pagan sus impuestos por no tener problemas legales, un 19% por evitar multas y apenas un 8 % para evitar clausuras. En esta pregunta se quiere saber la percepción de los encuestados y principalmente opinaron que las personas pagan sus impuestos por no tener problemas del uso y destino de lo recaudado y porque es una obligación tributaria entre las principales causas para el pago de impuestos.

**Pregunta 9. ¿Cuáles son las mayores dificultades que se le presentan al declarar sus impuestos?**

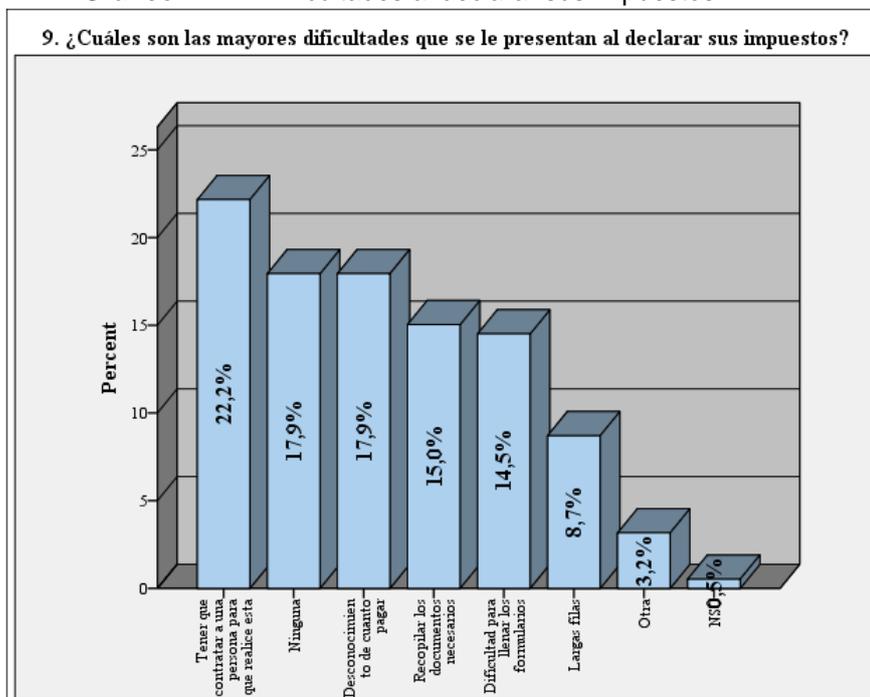
**Tabla N° 13:** Dificultades al declarar sus impuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	NSC	2	,5	,5	,5
	Tener que contratar a una persona para que realice esta	84	22,2	22,2	22,7
	Largas filas	33	8,7	8,7	31,4
	Dificultad para llenar los formularios	55	14,5	14,5	45,9
	Desconocimiento de cuanto pagar	68	17,9	17,9	63,9
	Recopilar los documentos necesarios	57	15,0	15,0	78,9
	Ninguna	68	17,9	17,9	96,8
	Otra	12	3,2	3,2	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 11:** Dificultades al declarar sus impuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## **Interpretación**

En el gráfico N° 11 se puede apreciar que los profesionales encuestados tienen varios problemas al momento de la declaración de impuestos: el 22,2% afirman que tienen que contratar contadores para que realice estos procedimientos, el 17,9% no tiene problemas, el 17,9% desconocen de cuanto tienen que pagar, el 15% afirman que tienen dificultad en la recopilación de los documentos necesarios para la declaración. Mientras que el 14,5% afirman que las largas filas para el pago de impuestos es lo que más les molesta, un 3,2% sostienen que otras son las razones que dificultan el pago de impuestos y un 0,5% no sabe o no contesta mencionada pregunta.

## **Análisis**

Dentro de esta pregunta están los denominados costos de cumplimiento. Un sistema tributario óptimo debe ser simple y fácil de entender (Stiglitz, 2003). La presión fiscal indirecta, que serían los costos en los que incurre una persona para cumplir con sus obligaciones tributarias como costos del formulario, transporte, pago de internet, entre otros, podría ser un factor determinante al momento de cumplir con su obligación. Ante esto se puede apreciar que las principales dificultades que presentan los profesionales para la declaración de impuestos son principalmente porque no conocen los procedimientos y tienen que contratar contadores u otro tipo de ayuda para cumplir con esta obligación tributaria, y recordemos lo que dice Schaltegger & Torgler: la complejidad en el sistema tributario y la normativa pueden resultar en incumplimientos no intencionales. De acuerdo a que tan alta se perciba la complejidad, existirá una más alta o baja ciudadanía fiscal, pues esta está íntimamente relacionada con la moral tributaria.

**Pregunta 10. ¿Quién llena los formularios para la declaración de sus impuestos?**

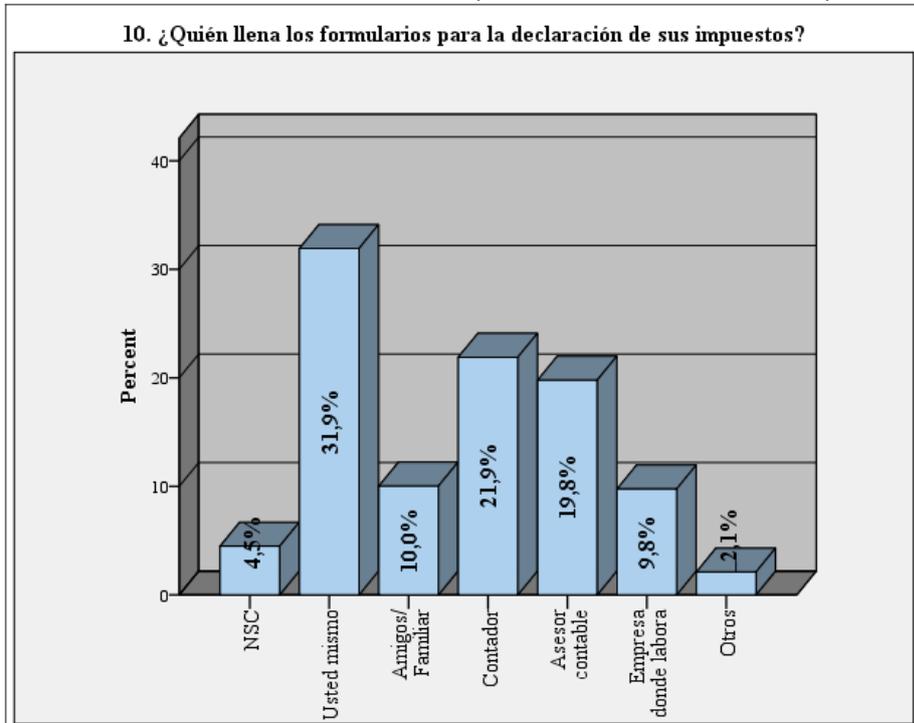
**Tabla N° 14:** Quien llena formularios para la declaración de sus impuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	NSC	17	4,5	4,5	4,5
	Usted mismo	121	31,9	31,9	36,4
	Amigos/Familiar	38	10,0	10,0	46,4
	Contador	83	21,9	21,9	68,3
	Asesor contable	75	19,8	19,8	88,1
	Empresa donde labora	37	9,8	9,8	97,9
	Otros	8	2,1	2,1	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 12:** Quien llena formularios para la declaración de sus impuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

En el gráfico N° 12 se puede apreciar que quien llena los formularios frecuentemente son los mismos profesionales (31,9%), mientras que a un 21,9% le ayudan con los formularios los contadores, un 19,8% les ayuda un asesor contable, al 10% les ayudan familiares o amigos, a un 9,8% realiza la empresa donde laboran, un 4,5% no contestan esta pregunta y el 2,1% afirman que otras personas ayudan a llenar mencionados formularios.

## Análisis

Se puede apreciar que los profesionales son quienes llenan los formularios para la declaración de impuestos y también los contadores.

### Pregunta 11. ¿Con cuál de las siguientes posiciones está de acuerdo?

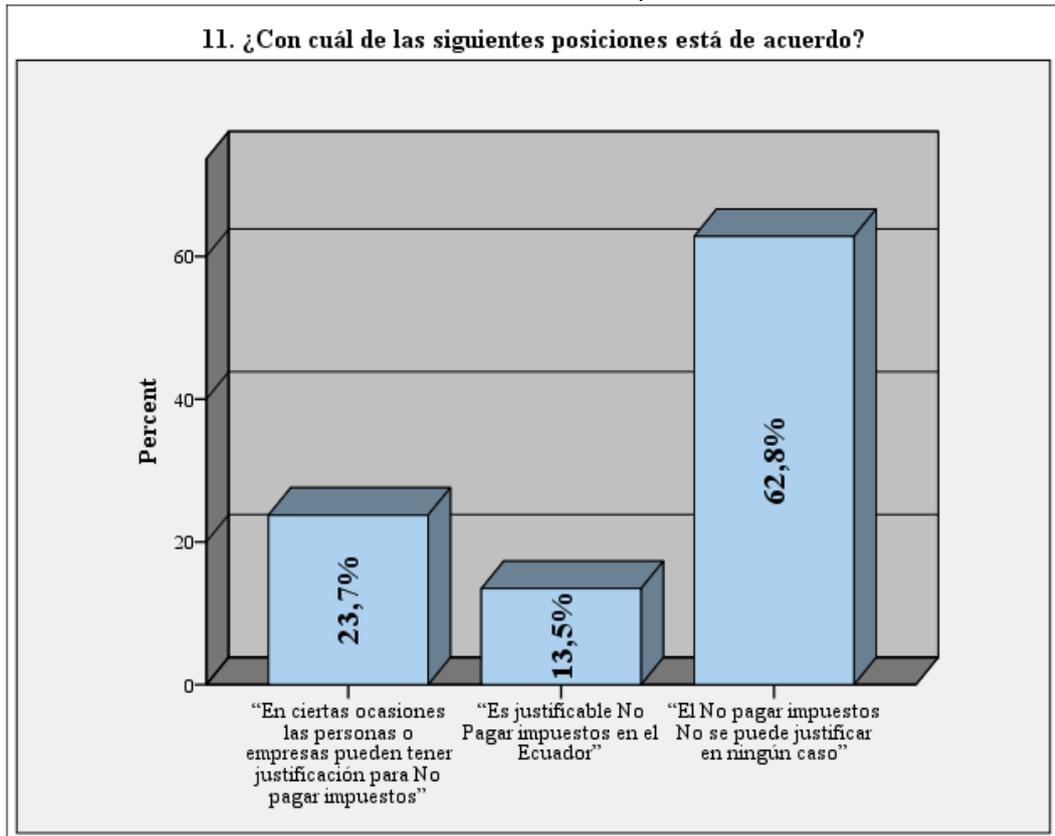
Tabla N° 15: Conceptos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	“En ciertas ocasiones las personas o empresas pueden tener justificación para No pagar impuestos”	90	23,7	23,7	23,7
	“Es justificable No Pagar impuestos en el Ecuador”	51	13,5	13,5	37,2
	“El No pagar impuestos No se puede justificar en ningún caso”	238	62,8	62,8	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 13: Conceptos**



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### **Interpretación**

Se puede observar en el gráfico N° 13, las posiciones que están de acuerdo los profesionales encuetados en donde el 62,8% afirma que "El No pagar impuestos No se puede justificar en ningún caso", el 23,7% opina que "En ciertas ocasiones las personas o empresas pueden tener justificación para No pagar impuestos" y el 13,5% "Es justificable No Pagar impuestos en el Ecuador"

## Análisis

La opinión de los encuestados permite identificar algunas percepciones respecto al cumplimiento voluntario, con esto es posible establecer una aproximación a las categorías identificadas como nivel alto, medio y bajo, de esta manera del total de la muestra un 42% afirman que más resalta en la encuesta es “El No pagar impuestos no se puede justificar en ningún caso”. A quienes responden “En ciertas ocasiones las personas o empresas pueden tener justificación para no pagar impuestos”, es decir al 24% se les denomina con un nivel medio de ciudadanía fiscal y finalmente debido a que es quienes respondieron que “en Ecuador es justificable no pagar impuestos” o sea el 34% se le otorga la categoría de nivel bajo en ciudadanía fiscal.

**Pregunta 12. ¿Cree usted que en la actualidad se está cumpliendo igual, menor o mayor forma con el pago de impuestos?**

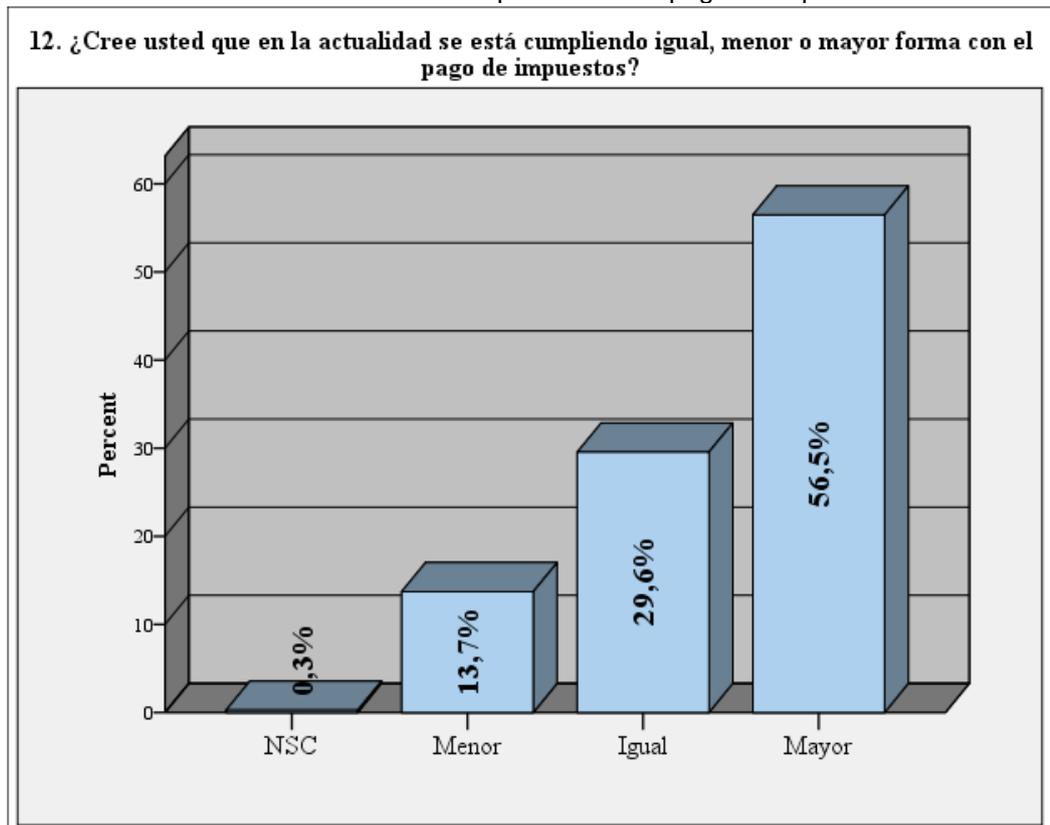
**Tabla N° 16:** Se está cumpliendo con el pago de impuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	NSC	1	,3	,3	,3
	Menor	52	13,7	13,7	14,0
	Igual	112	29,6	29,6	43,5
	Mayor	214	56,5	56,5	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 14:** Se está cumpliendo con el pago de impuestos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### **Interpretación**

En el gráfico N° 14, se puede ver la opinión sobre el pago de los impuestos donde el 56,5% sostiene que es mayor el cumplimiento de pagos de impuestos, el 29,6% sostienen que es igual que antes, un 13% sostiene que es menor el cumplimiento y un 0,3% no contesta dicha pregunta.

### **Análisis**

Según la opinión de la mayor parte de encuestados el cumplimiento es mayor por lo tanto se ven más obras en el país.

**Pregunta 13. ¿Por qué cree que ahora se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos?**

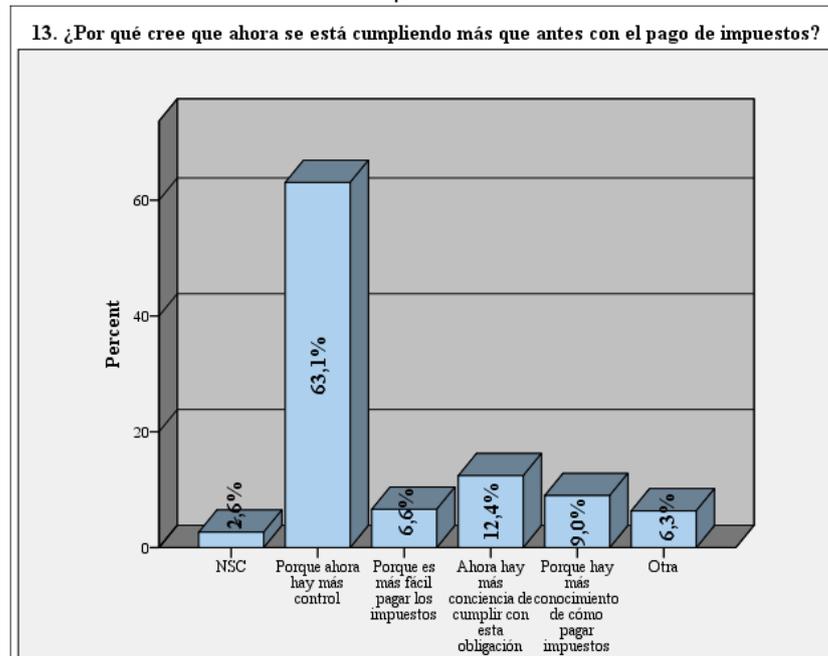
**Tabla N° 17:** Por qué cree que ahora se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid NSC	10	2,6	2,6	2,6
Porque ahora hay más control	239	63,1	63,1	65,7
Porque es más fácil pagar los impuestos	25	6,6	6,6	72,3
Ahora hay más conciencia de cumplir con esta obligación	47	12,4	12,4	84,7
Porque hay más conocimiento de cómo pagar impuestos	34	9,0	9,0	93,7
Otra	24	6,3	6,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 15:** Por qué cree que ahora se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

En el gráfico N° 15 se observa la opinión del porque creen que se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos: El 63,1% opinan que porque ahora hay más control, el 12,4% afirman que ahora hay más conciencia para el cumplimiento de esta obligación. El 9% afirma que porque hay más conocimiento de cómo pagar impuestos, el 6,6% sostiene que porque es más fácil pagar los impuestos, el 6,3% afirma que otras razones y el 2,6% no contestaron a dicha pregunta.

## Análisis

Dado a que existen más controles para el pago de impuestos la recaudación es mayor en los últimos años.

### Pregunta 14. ¿De los siguientes servicios cuál cree ha mejorado con el pago de impuestos?

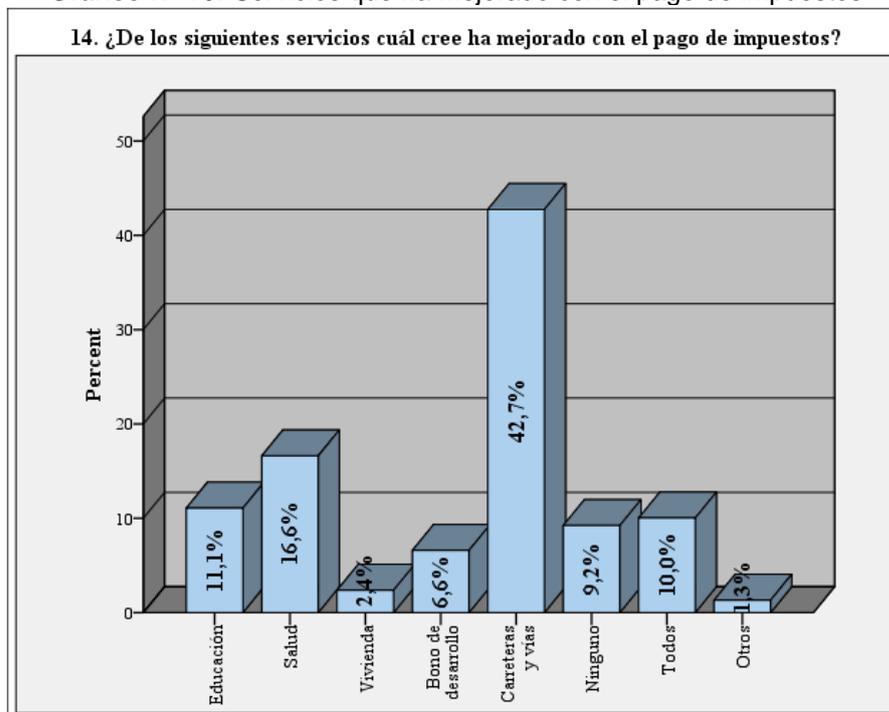
Tabla N° 18: Servicios que ha mejorado con el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid Educación	42	11,1	11,1	11,1
Salud	63	16,6	16,6	27,7
Vivienda	9	2,4	2,4	30,1
Bono de desarrollo	25	6,6	6,6	36,7
Carreteras y vías	162	42,7	42,7	79,4
Ninguno	35	9,2	9,2	88,7
Todos	38	10,0	10,0	98,7
Otros	5	1,3	1,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 16:** Servicios que ha mejorado con el pago de impuestos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### Interpretación

En el gráfico N° 16, se aprecia los servicios que han mejorado con el pago de impuestos, en donde el 42,7% sostiene que han mejorado carreteras y vías, el 16,6% afirma que ha mejorado la salud, el 11,1% sostienen que ha mejorado la educación, el 105 afirma que ha mejorado en todo aspecto, un 9,2% sostiene que no ha mejorado nada, el 6,6% cree que ha mejorado el bono de desarrollo humano, un 2,4% afirma que vivienda y 1,3% cree que hay otras cosas han mejorado gracias a los impuestos.

### Análisis

Se puede apreciar que las carreteras, las vías, la salud y la educación han mejorado mucho en los últimos años gracias al pago de los impuestos.

**Pregunta 15. ¿Denuncia o denunciaría quien no declara sus impuestos?**

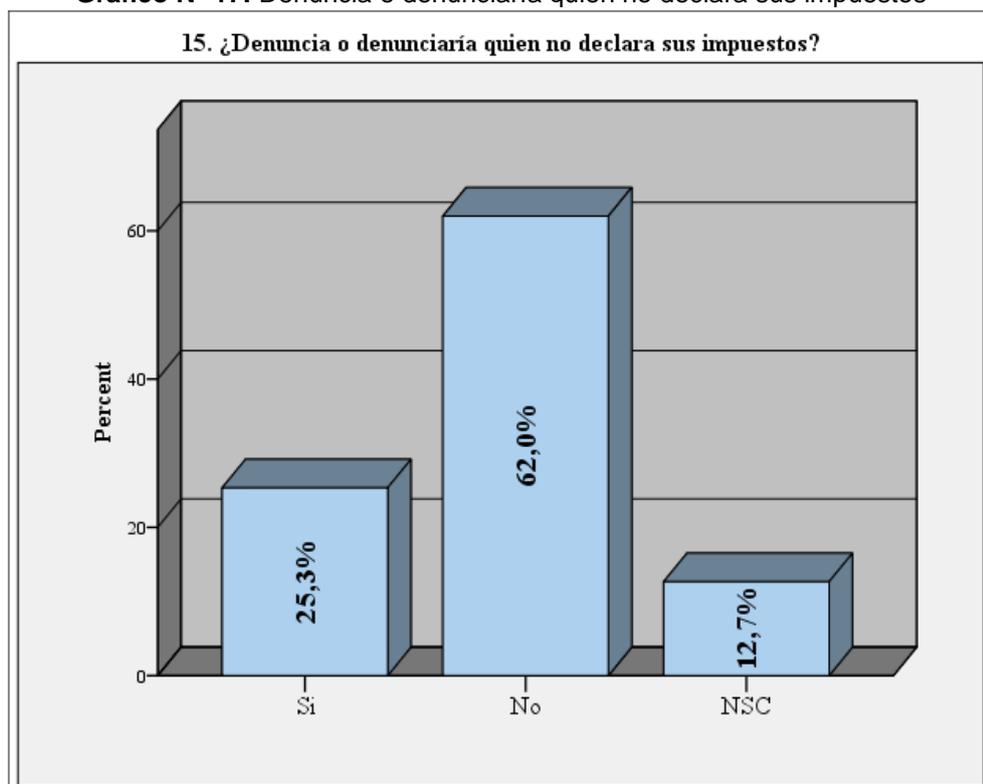
**Tabla N° 19:** Denuncia o denunciaría quien no declara sus impuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	Si	96	25,3	25,3	25,3
	No	235	62,0	62,0	87,3
	NSC	48	12,7	12,7	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 17:** Denuncia o denunciaría quien no declara sus impuestos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## Interpretación

En el gráfico N° 17 se puede apreciar si las personas denunciarían o no a quien no declara sus impuestos, en donde el 62% sostiene que no denunciaría, el 25,3% si denunciaría estos actos, y un 12,7% no contestaron esta pregunta.

## Análisis

La respuesta a esta pregunta nos permite identificar la percepción de los valores y las normas sociales como factores influyentes en la forma de actuar de los profesionales, en donde la mayoría de personas no denunciarían a quienes no pagan impuestos en la ciudad.

### Pregunta 16. ¿Cuándo considera usted que se debe denunciar a los que no pagan impuestos?

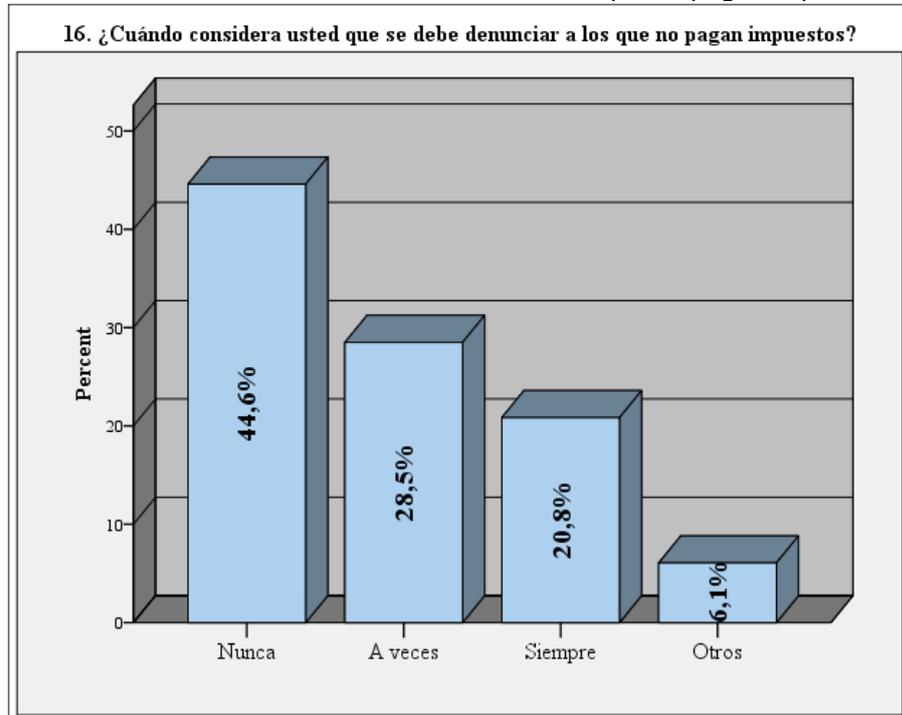
Tabla N° 20: Cuándo se debe denunciar a los que no pagan impuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	Nunca	169	44,6	44,6	44,6
	A veces	108	28,5	28,5	73,1
	Siempre	79	20,8	20,8	93,9
	Otros	23	6,1	6,1	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 18:** Cuándo se debe denunciar a los que no pagan impuestos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### **Interpretación**

En el gráfico N° 18, se puede apreciar que cuándo se debe denunciar a quienes no pagan impuestos son por las siguientes razones, donde el 44,6% afirman que nunca se debería denunciar estos actos, el 28,5% sostiene que hay algunas veces que es necesario denunciar a las personas que no pagan impuestos, el 20,8% afirman que siempre se debe denunciar estos actos, y el 6,1% sostiene que otros son los motivos para denunciar a quienes no pagan impuestos.

### **Análisis**

Se puede apreciar que la mayor parte de personas sostiene que nunca denunciarían a las personas que no pagan impuestos.

### Pregunta 17. ¿Qué valor tributó de impuesto a la renta en el 2011?

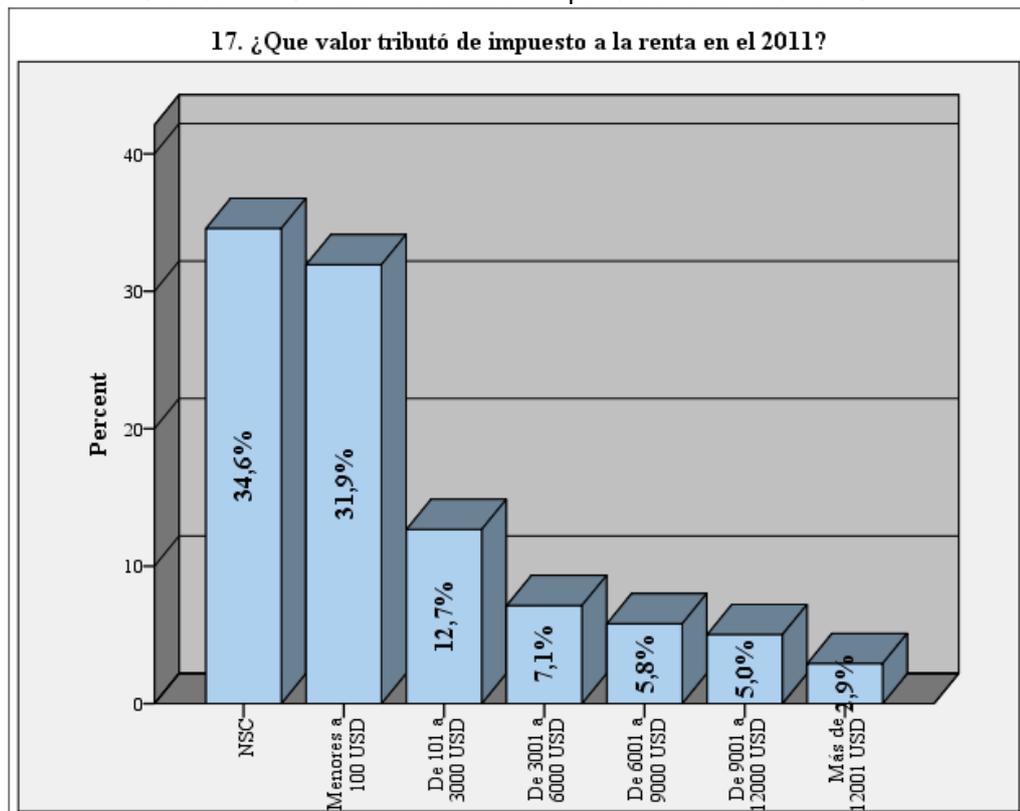
**Tabla N° 21:** Valor tributado de impuesto a la renta en el 2011

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valid	NSC	131	34,6	34,6	34,6
	Menores a 100 USD	121	31,9	31,9	66,5
	De 101 a 3000 USD	48	12,7	12,7	79,2
	De 3001 a 6000 USD	27	7,1	7,1	86,3
	De 6001 a 9000 USD	22	5,8	5,8	92,1
	De 9001 a 12000 USD	19	5,0	5,0	97,1
	Más de 12001 USD	11	2,9	2,9	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Gráfico N° 19:** Valor tributado de impuesto a la renta en el 2011



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## **Interpretación**

Se puede apreciar el valor tributado de impuesto a la renta en el 2011 según los encuestados: el 34,6% afirma que no saben o no contestan a mencionada pregunta, el 31,9% afirman que han pagado menos de 100 dólares al año, el 12,7% han pagado de 101 a 3000 dólares, el 7,1% afirman que pagaron de 3001 a 6000, el 5,8% afirman que pagaron de 6001 a 9000, el 5% afirma que pagaron de 9001 a 1200 y tan solo el 2,9% afirman que pagaron más de 12001 dólares.

## **Análisis**

Se puede apreciar que la mayoría de personas prefieren no contestar a mencionada pregunta debido a que es un poco delicado hablar de temas de dinero, también se puede apreciar que la mayor parte de encuestados pagan menos de 100 dólares por cuestión de impuesto a la renta.

## **ESTABLECIMIENTO DEL NIVEL DE CIUDADANÍA FISCAL DE LOS PROFESIONALES**

En base a los resultados de la encuesta realizada a profesionales de la ciudad de Ambato, se ha podido identificar que el cumplimiento voluntario de los tributos en los profesionales de la ciudad, a través de una aproximación a las categorías identificadas como nivel alto, medio y bajo, de esta manera del total de la muestra un 42% les corresponde otorgar la categoría alta, debido a que afirman que “El No pagar impuestos no se puede justificar en ningún caso”, también se aprecia que un 24% estarían en un nivel medio pues responden “En ciertas ocasiones las personas o empresas pueden tener justificación para no pagar impuestos”, y finalmente debido a que es quienes respondieron que “en Ecuador es justificable no pagar impuestos” o sea el 34% se le otorga la categoría de nivel bajo en ciudadanía fiscal.

**Tabla Nº 22: 2. ¿Cuál es su profesión? \* 17. ¿Qué valor tributó de impuesto a la renta en el 2011?**

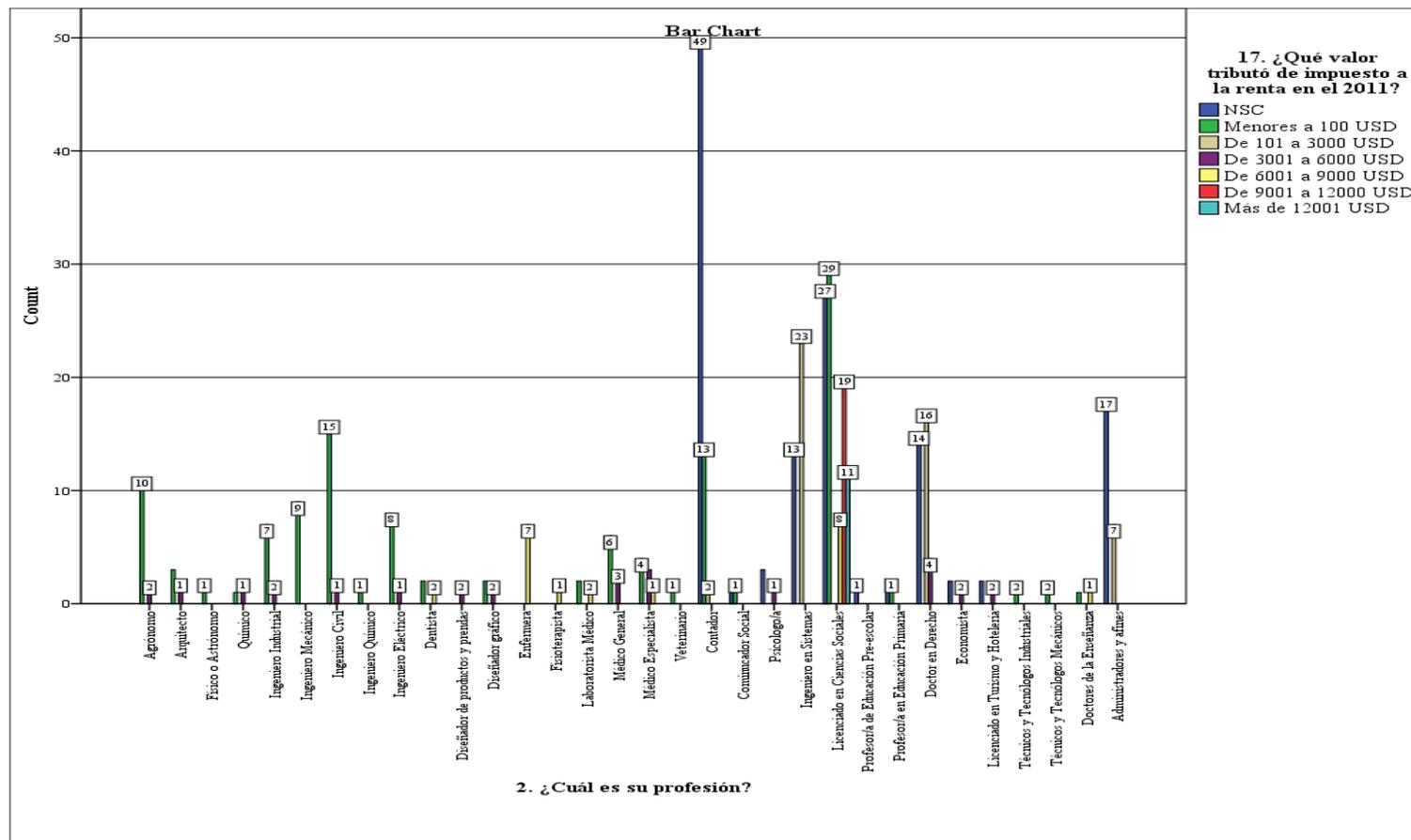
	17. ¿Qué valor tributó de impuesto a la renta en el 2011?							Total
	NSC	Menor a 100 USD	De 101 a 3000 USD	De 3001 a 6000 USD	De 6001 a 9000 USD	De 9001 a 12000 USD	Más de 12001 USD	
2. ¿Cuál es su profesión? Agrónomo	0	10	0	2	0	0	0	12
Arquitecto	0	3	0	1	0	0	0	4
Físico o Astrónomo	0	1	0	0	0	0	0	1
Químico	0	1	0	1	0	0	0	2
Ingeniero Industrial	0	7	0	2	0	0	0	9
Ingeniero Mecánico	0	9	0	0	0	0	0	9
Ingeniero Civil	0	15	0	1	0	0	0	16
Ingeniero Químico	0	1	0	0	0	0	0	1
Ingeniero Eléctrico	0	8	0	1	0	0	0	9
Dentista	0	2	0	0	2	0	0	4
Diseñador de productos y prendas	0	0	0	2	0	0	0	2
Diseñador gráfico	0	2	0	2	0	0	0	4
Enfermera	0	0	0	0	7	0	0	7
Fisioterapeuta	0	0	0	0	1	0	0	1
Laboratorista Médico	0	2	0	0	2	0	0	4
Médico General	0	6	0	3	0	0	0	9
Médico Especialista	0	4	0	3	1	0	0	8
Veterinario	0	1	0	0	0	0	0	1
Contador	49	13	2	0	0	0	0	64
Comunicador Social	1	1	0	0	0	0	0	2
Psicólogo/a	3	0	0	1	0	0	0	4

Ingeniero en Sistemas	en	13	0	23	0	0	0	0	0	36
Licenciado en Ciencias Sociales	en	27	29	0	0	8	19	11		94
Profesor/a de Educación Pre-escolar	de	1	0	0	0	0	0	0		1
Profesor/a de Educación Primaria	en	2	1	0	0	0	0	0		3
Doctor en Derecho		14	0	16	4	0	0	0		34
Economista		2	0	0	2	0	0	0		4
Licenciado en Turismo y Hotelería	en	2	0	0	2	0	0	0		4
Técnicos y Tecnólogos Industriales	y	0	2	0	0	0	0	0		2
Técnicos y Tecnólogos Mecánicos	y	0	2	0	0	0	0	0		2
Doctores de la Enseñanza	de la	0	1	0	0	1	0	0		2
Administradores afines	y	17	0	7	0	0	0	0		24
<b>Total</b>		<b>131</b>	<b>121</b>	<b>48</b>	<b>27</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>11</b>		<b>379</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

Gráfico N° 20: ¿Cuál es su profesión? y 17 ¿Qué valor tributó de impuesto a la renta en el 2011?



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Se puede apreciar en el gráfico N° 20 la comparación entre los profesionales encuestados y el monto tributado durante el año 2011, donde:

- Se puede apreciar que la mayoría de los Agrónomos, Arquitectos, Ingenieros Químicos, Mecánicos, Civiles, Eléctricos, Médicos generales, Médicos especialistas y Licenciados en Ciencias Sociales encuestados pagaron menos de 100 dólares por tributo de impuesto a la renta en el 2011.
- Además se pueden apreciar que la mayoría de los Contadores, Psicólogos, Ingenieros en sistemas, Licenciados en ciencia sociales, Doctores en derecho, Economistas, Licenciados en turismo, y Administradores no contestaron la mencionada pregunta.
- También se pudo apreciar que una gran parte de los ingenieros en sistemas, Doctores en derecho, y Administradores pagaron de 101 dólares a 3000 dólares por concepto de impuesto a la renta en el 2011.
- Se puede apreciar que una cantidad menor de profesionales pagaron valores mayores a 3000 por impuesto a la renta.

Los valores reales totales que pagaron las personas naturales que ofrecen servicios profesionales en el año 2011, por concepto de impuestos fueron los siguientes:

**Tabla N° 23: Valores pagados al servicio de rentas internas**

Profesión	Cantidad	Monto recaudado
Administración	54	381.330,00
Agronomía	68	31.817,00
Ambiente	3	11.121,00
Apoyo administrativo	0	0,00
Apoyo Médico	56	14.202,00

Arquitectura	137	198.540,00
Artes	0	0,00
Artesano	20	1.046,00
Biología	1	196,00
Ciencias Sociales y Políticas	1	782,00
Civil	414	455.651,00
Comunicación	15	3.299,00
Contabilidad	158	173.279,00
Diseño	19	1.915,00
Economía	26	41.932,00
Eléctrica	43	52.487,00
Electrónica	56	33.237,00
Geografía	2	104,00
Geología	9	14.908,00
Industrial	64	48.832,00
Informática	127	48.023,00
Jurisprudencia	216	392.265,00
Matemática-física	2	2.037,00
Mecánica	61	49.585,00
Medicina	440	405.687,00
Militar	1	0,00
Odontología	152	23.471,00
Otras ingenierías	1	0,00
Otras profesiones	2	1,00
Pedagogía	57	168.599,00
Periodismo	11	2.153,00
Psicología	34	3.483,00
Publicidad	0	0,00
Química	65	22.828,00

Seguridad	1	904,00
Social	20	916,00
Turismo	0	884,00
Veterinaria	30	16.312,00
Total del pago de impuestos	2366	2.601.826,00

**Fuente:** SRI

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

Al analizar en forma global el aporte de los tributos de los profesionales destacan sin duda en primer lugar las áreas: Civil, Medicina, Jurisprudencia y Administradores, que cada grupo bordea los 400.00.00 dólares aproximadamente; pero al tomar en cuenta el número exacto de los profesionales que aportan a esta recaudación el análisis varía un poco, especialmente destacamos el aporte de los profesionales en Pedagogía que al promediar se obtiene un aporte de 3.000.00 dólares por cada integrante del área, grupo que se pone arriba con más de 1.000.00 dólares de los integrantes de áreas como: Jurisprudencia, Geología y Economía.

#### **4.2. Verificación de hipótesis**

Para la realización de la verificación de la hipótesis se tomaron en cuenta las preguntas:

- 8. ¿Las personas que pagan impuestos lo hacen por?
- 16. ¿Cuándo considera usted que se debe denunciar a los que no pagan impuestos?

Que se aplicaron a 379 trabajadores.

Mediante el análisis Chi cuadrado se determinará si es viable el estudio o no.

### **4.3. Planteamiento de la Hipótesis**

Hipótesis Nula  $H_0$ : ¿La recaudación tributaria NO será mayor cuando los profesionales de la ciudad de Ambato tengan una ciudadanía fiscal?

Hipótesis Alternativa  $H_1$ : La recaudación tributaria SI será mayor cuando los profesionales de la ciudad de Ambato tengan una ciudadanía fiscal

#### **4.3.1. Selección del nivel de significancia**

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de significancia:

$$\alpha = 0.05$$

#### **4.3.2. Descripción de la Población**

Profesionales de la ciudad de Ambato

#### **4.3.3. Especificación del Estadístico**

Se trata de un cuadro de contingencia de 10 filas por 4 columnas con la aplicación de la siguiente fórmula estadística.

$$x^2 = \Sigma \left[ \left( \frac{O - E^2}{E} \right) \right]$$

#### **4.3.4. Cálculo de grados de libertad**

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro tiene 10 filas y 4 columnas por lo tanto serán:

El número de filas (f) es representado en la matriz por el número de alternativas que tiene la pregunta que representa la variable independiente, en este caso la pregunta 8.

El número de columnas (c) es representado en la matriz por el número de alternativas que tiene la pregunta que representa la variable dependiente, en este caso la pregunta 16.

Remplazando los datos tenemos:

$$(gl) = (f-1) (c-1)$$

$$(gl) = (10-1) (4-1)$$

$$(gl) = 9 * 3$$

$$(gl) = 27$$

**Dónde:**

gl = grados de libertad

Entonces tenemos, el valor tabulado de  $X^2_t$  con 27 grado de libertad y un nivel de significación de 0,05 es de 40,11

Entonces con:

Nivel de significancia  $\alpha$  0.05

Grados de Libertad gl 27

Tabla Nº 24: Distribución Chi Cuadrado

$\alpha$ Grados libertad	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,6
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55
7	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28
8	13,36	15,51	17,53	20,09	21,95
9	14,68	16,92	19,02	21,67	23,59
10	15,99	18,31	20,48	23,21	25,19
11	17,28	19,68	21,92	24,73	26,76
12	18,55	21,03	23,34	26,22	28,3
13	19,81	22,36	24,74	27,69	29,82
14	21,06	23,68	26,12	29,14	31,32
15	22,31	25	27,49	30,58	32,8
16	23,54	26,3	28,85	32	34,27
17	24,77	27,59	30,19	33,41	35,72
18	25,99	28,87	31,53	34,81	37,16
19	27,2	30,14	32,85	36,19	38,58
20	28,41	31,41	34,17	37,57	40
21	29,62	32,67	35,48	38,93	41,4
22	30,81	33,92	36,78	40,29	42,8
23	32,01	35,17	38,08	41,64	44,18
24	33,2	36,42	39,36	42,98	45,56
25	34,38	37,65	40,65	44,31	46,93
26	35,56	38,89	41,92	45,64	48,29
27	36,74	40,11	43,19	46,96	49,65
28	37,92	41,34	44,46	48,28	50,99
29	39,09	42,56	45,72	49,59	52,34
30	40,26	43,77	46,98	50,89	53,67

Elaborado por: Aidee Llerena

#### 4.3.5. Recolección de datos y cálculo de los estadísticos

##### Análisis de Variables

**Tabla N° 25:** Tabla de contingencia

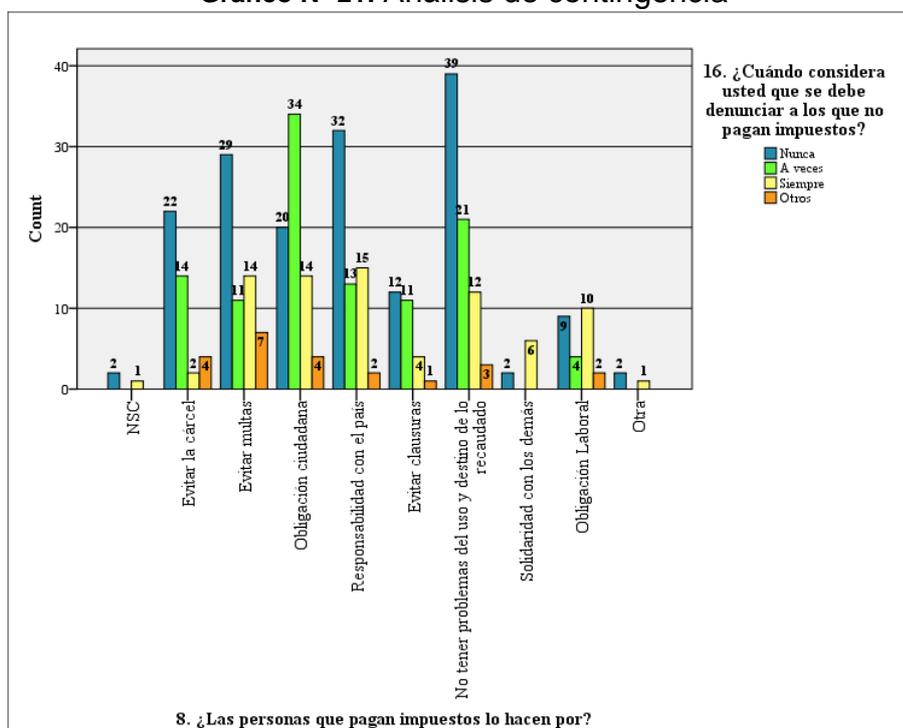
8. ¿Las personas que pagan impuestos lo hacen por? \* 16. ¿Cuándo considera usted que se debe denunciar a los que no pagan impuestos?

		16. ¿Cuándo considera usted que se debe denunciar a los que no pagan impuestos?				Total
		Nunca	A veces	Siempre	Otros	
8. ¿Las personas que pagan impuestos lo hacen por?	NSC	2	0	1	0	3
	Evitar la cárcel	22	14	2	4	42
	Evitar multas	29	11	14	7	61
	Obligación ciudadana	20	34	14	4	72
	Responsabilidad con el país	32	13	15	2	62
	Evitar clausuras	12	11	4	1	28
	No tener problemas del uso y destino de lo recaudado	39	21	12	3	75
	Solidaridad con los demás	2	0	6	0	8
	Obligación Laboral	9	4	10	2	25
	Otra	2	0	1	0	3
<b>Total</b>		<b>169</b>	<b>108</b>	<b>79</b>	<b>23</b>	<b>379</b>

**Fuente:** Cuestionario

**Elaborado por:** Aidee Llerena

**Gráfico N° 21: Análisis de contingencia**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aidee Llerena

#### 4.3.6. Frecuencias esperadas

**Tabla N° 26: Frecuencias esperadas**

POBLACIÓN	ALTERNATIVAS				TOTAL
	Nunca	A veces	Siempre	Otro	
NSC	1	1	1	0	3
Evitar la cárcel	19	12	9	3	42
Evitar multas	27	17	13	4	61
Obligación ciudadana	32	21	15	4	72
Responsabilidad con el país	28	18	13	4	62
Evitar clausuras	12	8	6	2	28
No tener problemas del uso y destino de lo recaudado	33	21	16	5	75
Solidaridad con los demás	4	2	2	0	8
Obligación Laboral	11	7	5	2	25
Otra	1	1	1	0	3
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>	<b>108</b>	<b>79</b>	<b>23</b>	<b>379</b>

Elaborado por: Aidee Llerena

#### 4.3.7. Cálculo matemático

Se evalúa la hipótesis nula, es decir, que no hay asociación entre las dos variables, para ello se calcula el Chi Cuadrado comprobando con los valores obtenidos.

Tabla Nº 27: Cálculo Matemático Chi Cuadrado

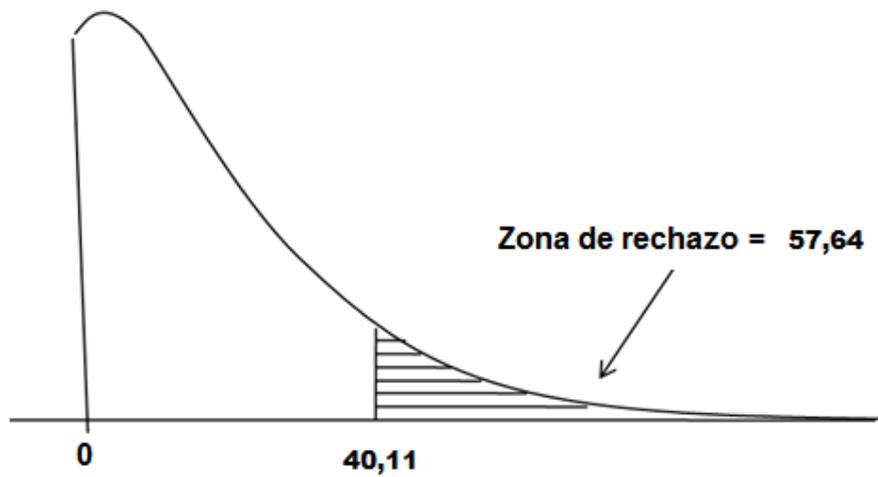
$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	$\frac{(O - E)^2}{E}$
	NSC / Nunca	2	1	1	0
NSC / A veces	0	1	-1	1	1
NSC / Siempre	1	1	0	0	0
NSC / Otro	0	0	0	0	0
Evitar la cárcel / Nunca	22	19	3	11	1
Evitar la cárcel / A veces	14	12	2	4	0
Evitar la cárcel / Siempre	2	9	-7	46	5
Evitar la cárcel / Otro	4	3	1	2	1
Evitar multas / Nunca	29	27	2	3	0
Evitar multas / A veces	11	17	-6	41	2
Evitar multas / Siempre	14	13	1	2	0
Evitar multas / Otro	7	4	3	11	3
Obligación ciudadana / Nunca	20	32	-12	147	5
Obligación ciudadana / A veces	34	21	13	182	9
Obligación ciudadana / Siempre	14	15	-1	1	0
Obligación ciudadana / Otro	4	4	0	0	0
Responsabilidad con el país / Nunca	32	28	4	19	1
Responsabilidad con el país / A veces	13	18	-5	22	1
Responsabilidad con el país / Siempre	15	13	2	4	0
Responsabilidad con el país / Otro	2	4	-2	3	1
Evitar clausuras / Nunca	12	12	0	0	0
Evitar clausuras / A veces	11	8	3	9	1
Evitar clausuras / Siempre	4	6	-2	3	1
Evitar clausuras / Otro	1	2	-1	0	0

No tener problemas del uso y destino de lo recaudado / Nunca	39	33	6	31	1
No tener problemas del uso y destino de lo recaudado / A veces	21	21	0	0	0
No tener problemas del uso y destino de lo recaudado / Siempre	12	16	-4	13	1
No tener problemas del uso y destino de lo recaudado / Otro	3	5	-2	2	1
Solidaridad con los demás / Nunca	2	4	-2	2	1
Solidaridad con los demás / A veces	0	2	-2	5	2
Solidaridad con los demás / Siempre	6	2	4	19	11
Solidaridad con los demás / Otro	0	0	0	0	0
Obligación Laboral / Nunca	9	11	-2	5	0
Obligación Laboral / A veces	4	7	-3	10	1
Obligación Laboral / Siempre	10	5	5	23	4
Obligación Laboral / Otro	2	2	0	0	0
Otra / Nunca	2	1	1	0	0
Otra / A veces	0	1	-1	1	1
Otra / Siempre	1	1	0	0	0
Otra / Otro	0	0	0	0	0

0,0  $\chi^2c=$  57,64

Elaborado por: Aidee Llerena

Gráfico N° 22: Función de densidad



Fuente: Método Chi cuadrado ( $X^2$ )  
 Elaborado por: Aidee Llerena

#### 4.3.8. Decisión final

El valor de  $X^2_t = 40,11 < X^2_c = 57.64$

Por consiguiente si se acepta la hipótesis alterna, es decir, que “La recaudación tributaria SI será mayor cuando los profesionales de la ciudad de Ambato tengan una ciudadanía fiscal”, y se rechaza la hipótesis nula.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

- Se puede concluir que los niveles de ciudadanía fiscal en las personas naturales que ofrecen servicios profesionales de la ciudad de Ambato, está en el nivel alto en un 42% de profesionales, medio con un 24% y un 34% tiene un nivel bajo. Se puede referir que los profesionales cumplen con sus impuestos porque ahora hay más control o presión

fiscal por parte de los organismos de control y quieren evitar tener problemas.

- Se pudo identificar que los profesionales que aportan más en la recaudación fiscal están los Administradores, Arquitectos, Ingenieros Civiles, Contadores, Doctores en derecho, Médicos, Pedagogos en el año 2011. Mientras que los de Apoyo Administrativo, Artes, Biología, Ciencias Sociales y Políticas, Militares, Otras ingenierías, y profesionales que realizan publicidad son quienes menos tributan impuestos al SRI.
- Se puede concluir que es necesario implementar una propuesta para el fortalecimiento de la ciudadanía fiscal en las personas naturales como un plan piloto para la ciudad de Ambato que ayuden a promover el pago voluntario de los impuestos.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se recomienda fortalecer la ciudadanía fiscal en los profesionales de la ciudad de Ambato, a través de publicidad que genere conciencia a las personas, para seguir aumentando los ingresos por las recaudaciones y no los hagan solo por obligación o por evitar multas.
- Se recomienda motivar a los profesionales de Apoyo Administrativo, Artes, Biología, Ciencias Sociales y Políticas, Geografía, Militares, Otras ingenierías, profesionales que realizan publicidad para que cumplan con sus obligaciones de manera espontánea, y de este modo incrementar los ingresos al estado, pues para que se cumpla este fin no se necesita crear más impuestos sino que todos aportes lo que corresponde para que a través de este incremento se pueda hacer un buen uso de esos

recursos en obras que ayuden al buen vivir de todas y todos los ecuatorianos..

- Se recomienda implementar una propuesta para el fortalecimiento de la ciudadanía fiscal en las personas naturales de la ciudad de Ambato y de esta manera promover el pago voluntario de los impuestos, y que se lo realicen en varios medios de comunicación locales.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1. Datos informativos**

**Título:**

Plan de comunicación para incentivar la ciudadanía fiscal en los profesionales como plan piloto para la ciudad de Ambato.

**Beneficiarios:**

Profesionales de la ciudad de Ambato

SRI

Ciudadanos de Ambato

**Localización Geográfica:**

Cantón Ambato – Provincia de Tungurahua

**Tiempo estimado para la ejecución:** Fecha de inicio: Febrero 2013

**Fecha estimada de finalización del proyecto:** Agosto 2013

**Equipo técnico responsable:**

Ing. Aidee Llerena

**Costo total:** 940,00 dólares mensuales - 5640,00 dólares semestrales

**6.2. Antecedentes de la propuesta**

En función de lo investigado, los profesionales la ciudad de Ambato no poseen una adecuada ciudadanía fiscal, lo que nos permite orientar la propuesta hacia un plan de comunicación para incentivar a los profesionales a la tributación voluntaria y con los valores reales, que será útil para la toma de decisiones por parte de las autoridades del SRI y de este modo incrementar los impuestos para la realización de más obras en la ciudad y en el país.

De acuerdo con el Preámbulo de la Constitución, las mujeres y los hombres de Ecuador tenemos el mandato de construir “una forma de convivencia

ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el sumak kawsay; una sociedad que respeta, en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y de las colectividades.”

Las Administraciones Tributarias tienen un papel muy importante en la construcción de la ciudadanía fiscal, mediante la creación de un compromiso voluntario y concienciación de los individuos para el correcto y ético ejercicio de los derechos y obligaciones fiscales. Este correcto ejercicio permitirá que el Estado tenga los recursos necesarios para crear mejores condiciones de vida para los ciudadanos.

### **6.3. Justificación**

La ciudadanía fiscal es una categoría o condición que hace poco tiempo se la empieza a denominar de esta forma en nuestro medio, sin embargo, ha existido desde el momento en que los ciudadanos comenzaron a pagar sus tributos al Estado.

Parte, entonces, de la cultura tributaria que va estrechamente ligada con la ética y la responsabilidad social de cada persona e relación a los ingresos que genera por las actividades económicas que realiza.

Como la cultura es una construcción del ser humano es susceptible a modificaciones o cambios; y los cambios, debido a la dinámica social en que vivimos, no han sido favorables a un mejoramiento de la tributación, sino por el contrario ha caminado a un deterioro vía evasión o a una elusión fiscal.

Seguir ahondando en el tema no permitirá contribuir a mejorar la situación y es ahí donde germina la idea (en el Servicio de Rentas Internas) para hablar de ciudadanía fiscal, atribuyendo a las personas los derechos que le asisten como

elementos integrantes de un Estado, para acceder a servicios y asistencias pero con la corresponsabilidad de aportar para que dichos servicios puedan prevalecer en el tiempo, lo que se conoce como sostenibilidad.

El enunciado de ciudadanía fiscal no deja espacio a la oposición y planteado desde otra arista podría verse como que mis aportes benefician directamente a mi familia y a mi país. Si esta situación la mantenemos así, en el papel, tampoco ayuda a mejorar el tema de tributación, y como se ha evidenciado a lo largo de la presente investigación, hay un sector importante de la población que no siente confianza ni dimensiona el sentido de la tributación, y se podría decir que paradójicamente son profesionales en diversas áreas, que prefieren decantarse por alguna 'Estrategia contable' en lugar de declarar sus impuestos e integrarse decididamente al fortalecimiento de la ciudadanía fiscal.

Así se sustenta la idea de implementar un plan de comunicación para incentivar la ciudadanía fiscal en los profesionales, que se constituiría en una herramienta adicional al trabajo de capacitación que, en este tema, ejecuta el SRI y llegar con mensajes para los profesionales a través de medios masivos de comunicación en un proceso informal de educación que busque persuadir validando los beneficios de la tributación en lugar de que se entienda como un castigo o una sanción.

## **6.4. Objetivos**

### **6.4.1. Objetivo General**

Elaborar un plan de comunicación para el impulso de la ciudadanía fiscal en los profesionales de la ciudad de Ambato

#### **6.4.2 Objetivos específicos**

- Determinar la situación interna y externa la ciudadanía fiscal en el SRI a través del FODA
- Plantear estrategias para implementar la ciudadanía fiscal en los profesionales de la ciudad de Ambato.
- Determinar los medios de comunicación adecuados que ayuden a la dirección de la campaña para la ciudadanía fiscal en los profesionales de la ciudad de Ambato.

#### **6.5. Análisis de factibilidad**

A continuación se muestran los factores que pueden afectar a la investigación:

##### **Factibilidad política**

Es factible políticamente ya que las mismas tienen como fin hacer cumplir normas y reglamentos y que no atentan contra el bienestar de los contribuyentes.

##### **Factibilidad Económica**

La capacidad para realizar una inversión en la propuesta que contribuya a la ciudadanía fiscal, representaría una inversión para lo que se podrá recaudar en los años posteriores

##### **Factibilidad organizacional:**

El SRI, organismo llamado a fomentar la ciudadanía fiscal, cuenta con un orden jerárquico bien definido de tal manera que las funciones de todos y cada uno

de sus colaboradores, contribuirán ordenada y positivamente en la propuesta que se pretende implementar.

#### **Factibilidad tecnológica:**

Se cuenta con tecnología actualizada para el proceso de recaudación. Esta misma tecnología debe ser utilizada en procesos de socialización para motivar el desarrollo de la ciudadanía fiscal, lo que redundará en el incremento de la recaudación fiscal, pero es necesario hacer cambios para que sea más fácil la tributación.

#### **Factibilidad socio-cultural**

Mediante la propuesta se pretende generar una cultura tributaria en la sociedad, especialmente en los profesionales, para que realicen el pago de impuestos personales y con la responsabilidad que lo amerita.

### **6.6. Fundamentación científico técnica**

#### **Ciudadanía fiscal**

Según **(Marx Carrasco, 2010)**. “Ciudadanía Fiscal es la conciencia de las personas, grupos e instituciones, acerca de su responsabilidad y compromiso con la construcción de una sociedad cohesionada, democrática y justa, a través del ejercicio de sus derechos y deberes fiscales”

#### **Plan de comunicación**

Según **(La Caixa, 2006, 2)** El plan de comunicación comercial “es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación externa, que se propone realizar una organización. Contar

con una ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevar el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos”.

### **Estrategias**

Tomado del libro de **(Koontz & Weihrich, 2005, 804)** "Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada".

### **La estrategia publicitaria**

Según **(Rodríguez del Bosque, y otros, 2008, 331)** "La estrategia publicitaria tiene dos grandes bloques. Por una parte están las actividades de carácter creativo y, por otra parte, todo lo que se refiere a cómo hacer llegar el mensaje al público objetivo o estrategia de difusión. Ésta representa la mayor cuantía del gasto de una campaña y aborda dos grandes actividades: seleccionar los medios donde se harán las inserciones y definir los espacios o soportes específicos en que se mostrará la creatividad al consumidor”.

### **Medios de comunicación**

“Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se

procesa y, finalmente, se expresa, se comunica” **Tomado de la página** <http://mediosdecomunicacion.yourbubbles.com/definicion.htm>

### **Estrategia de medios**

Según **(IFEX, 2011)** Una estrategia de medios “es un plan que guía la forma en que su organización interactúa con los medios. Le ayuda a garantizar que sus mensajes sean uniformes, organizados y enfocados. Tener una estrategia de medios significa que su organización no será simplemente reactiva, es decir, visible en los medios sólo cuando un evento o circunstancia requiere sus comentarios. Con una estrategia de medios, puede construir y manejar deliberadamente su imagen pública y sus relaciones con los medios, de modo que cuando quiera lanzar una campaña o responder a una situación, tenga un capital social que aprovechar”.

### **Above The Line**

Según **(Aldás, 2007, 24)**. “Las definiciones tradicionales de publicidad hablan de un público masivo e impersonal que describe sólo a la publicidad convencional. No obstante, la evolución de la comunicación publicitaria ha dado lugar, cada vez más, a manifestaciones de publicidad no convencional o personalizada. En otras palabras la comunicación publicitaria actual diferencia entre actividades ATL (Above The Line), término tomado de lenguaje naval y que significa línea de flotación, para referirse a las actividades visibles para el gran público por aparecer en los medios de comunicación masivos como y actividades BTL (Below The Line), dirigidas a públicos más específicos, como el marketing directo, por ejemplo, herramientas por otra parte fundamentales en las campañas actuales, y particularmente en las de sensibilización” este indica

A continuación, se conocerán las características de cada uno y el lenguaje que utilizan para entregar información.

## **Televisión**

Es un medio de comunicación cuya información vemos y escuchamos, no la leemos (excepto las películas con subtítulos), por lo tanto se basa en el lenguaje oral para entregar la información y se apoya de sonidos, música, imágenes y movimiento para realizarse.

## **Radio**

Es un medio de comunicación cuya información escuchamos, no la vemos ni la leemos, por lo tanto se basa en el lenguaje oral para entregar la información apoyándose de sonidos y música para realizarse.

## **Medios Impresos**

Conformada por historietas; diarios; revistas de negocios, deportivas, de moda, juveniles; comics; libros, etc. Es un medio de comunicación cuya información leemos y no la escuchamos, por lo tanto se basa en el lenguaje escrito para entregar la información y se apoya de ilustraciones, imágenes, dibujos, gráficos, etc. para realizarse.

## **Internet**

Es un medio de comunicación cuya información vemos, escuchamos y leemos. Por lo tanto se basa en el lenguaje oral y escrito para entregar la información. Se apoya de sonidos, imágenes y movimiento para realizarse.

## **Bellow the line**

Tomado del libro de **(Ortega Giménez, 2008, 151)** “Las empresas requieren resultados en ventas, en posicionamiento, en imagen y no siempre las herramientas tradicionales de marketing se los pueden brindar. Las acciones de marketing alternativo, llamadas Bellow the Line pueden ofrecer soluciones innovadoras asociadas a esos resultados buscados.

En una sociedad en la que las nuevas tecnologías, hábitos y comportamientos condicionan las formas de diversión, de información y de compra, la filosofía del Bellow the Line interviene con formatos que se adecúan a esos nuevos mercados.

Algunas de las técnicas no masivas de marketing, son:

- Promociones de temporada y autoliquidables.
- Promociones selectivas concursos, sorteos y premios instantáneos.
- Promociones de precios y descuentos.
- Eventos corporativos e institucionales.
- Eventos comerciales.
- Exposiciones, congresos y convenciones”.

## **Trough the line**

Según **(Raizman, 2011, 83)** “El TTL contempla la utilización de la filosofía y las formas de creación de BTL y el ATL uniéndolos en un mismo objetivo de marketing: promocionar. Es unir el posicionamiento creativo en publicidad con el desarrollo de comunicación no tradicional: acciones de marketing, activaciones, customer relationship management, etc. Se trata de una modalidad más abarcadora, en sintonía con el imperativo de brindarles a las

marcas un enfoque en 360°. También aparece este término para definir el fenómeno que está ocurriendo con la comunicación online donde las redes sociales han tomado un protagonismo inesperado y eso también ha transformado y obligado a los creativos a pensar nuevas alternativas para posicionar productos o servicios. Al tener en cuenta la base de una para el desarrollo de la otra, cabe mencionar que no es necesario emplear las dos técnicas de publicidad”.

### **Publicidad exterior.**

Según **(Bort Muñoz, 2004, 117)** Publicidad exterior “Es el medio más antiguo usado por el hombre para difundir mensajes. Se caracteriza por su capacidad de impactar varias veces a un mismo consumidor, posibilidad de trasladar el mensaje gracias a la publicidad exterior móvil, se emplea para reforzar campañas realizadas en otros medios y su alcance se limita al lugar donde se halla ubicado el soporte.

### 6.7. Metodología. Modelo operativo

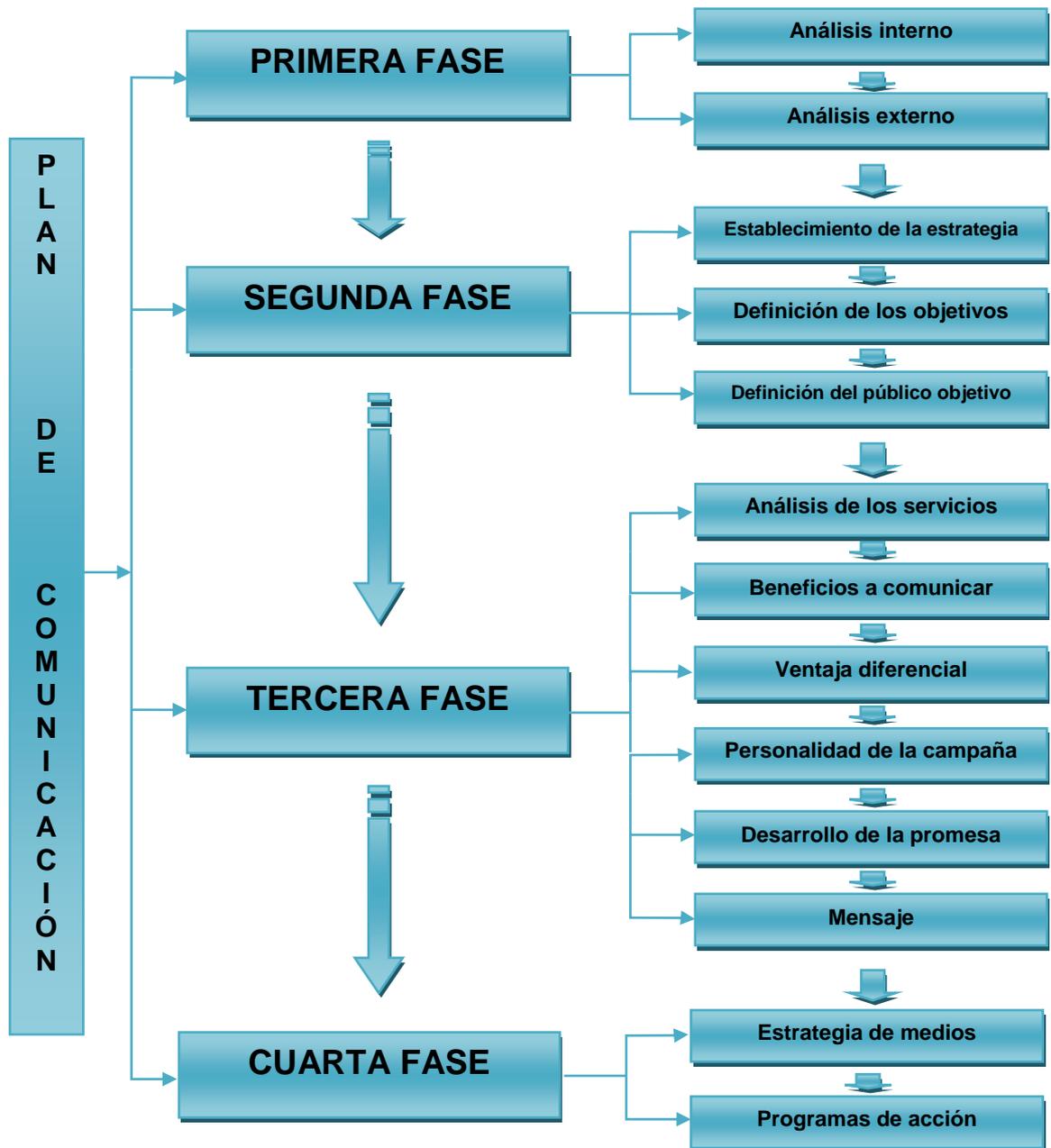


Gráfico Nº 23: Plan de comunicación

Fuente: Sara Díez Freijeiro-Técnicas de comunicación

## Historia del Sistema Tributario Ecuatoriano 1950-1999

Centro de Estudios Fiscales (CEF)

2008

El sistema tributario ecuatoriano, como muchos de la región, no ha sido una herramienta trascendental de la política fiscal durante el siglo XX. La falta de decisión política; la poca cultura de la población en la materia; y, las fuertes presiones de los grupos económicos, fueron determinantes para que en Ecuador perduren Administraciones Tributarias laxas con poca capacidad de control que buscaban solucionarlo mediante un marco legal poco simplificado que contribuía a la elusión y evasión fiscal.

La deficiente evolución de los impuestos en el país ha contribuido a la grave asimetría en la distribución de la riqueza ya existente, generando una mala asignación de los recursos y por ende reduciendo la capacidad del Estado de generar un ambiente propicio para el desarrollo económico.

Este deficiente desempeño también se ha visto agravado por la poca discusión e investigación que ha tenido la política tributaria en el país. Por esta razón, el presente documento realiza un recorrido por el sistema impositivo ecuatoriano de la segunda mitad del siglo XX destacando los aciertos y desaciertos. El estudio describe de manera cronológica el marco legal tributario que regía en la época junto con los niveles de recaudación alcanzados, acompañado de la situación económica que vivía el país en cada uno de los momentos del tiempo.

Fuente, Varios, Historia del sistema tributario (2008, 85). Disponible por CEF: [http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/file.php/1/Publicaciones/F03092011/fiscalidad2/fiscalidadphp/fiscalidad2\\_4.html](http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/file.php/1/Publicaciones/F03092011/fiscalidad2/fiscalidadphp/fiscalidad2_4.html)

## PRIMERA FASE

### 1. Análisis interno

**Tabla N° 28:** Análisis FODA del SRI

	<b>NEGATIVO</b>	<b>POSITIVO</b>
	<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
<b>I N T E R N O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala percepción de los ciudadanos con respecto al manejo de los ingresos del estado</li> <li>• Gasto en publicidad política</li> <li>• Tendencias fiscales</li> <li>• No hay cultura de cumplimiento</li> <li>• Falta de coordinación entre funcionarios</li> <li>• Tendencia a no querer asumir responsabilidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de nuevas obras</li> <li>• Incremento de recaudación fiscal</li> <li>• Lotería tributaria</li> <li>• Nueva infraestructura</li> <li>• Servicio personalizado</li> <li>• Reforma de políticas internas</li> <li>• Iniciativa de mejoramiento</li> <li>• Control de la tributación</li> </ul>
	<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>E X T E R N O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas políticas fiscales.</li> <li>• Falta de conocimientos para tributar</li> <li>• Impuestos elevados en artículos seleccionados</li> <li>• Capacitación insuficiente</li> <li>• Falta de compromiso por parte de los profesionales</li> <li>• Atrasos en los pagos de los impuestos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidad política del país</li> <li>• Campañas del gobierno en favor de la tributación</li> <li>• Aumento de fondos por declaración de impuestos</li> <li>• Voluntad de las personas para cumplir con sus obligaciones fiscales</li> <li>• Nuevos métodos de gestión</li> </ul>

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

A continuación se presenta una matriz de ponderación para determinar qué factores de la matriz FODA son los más relevantes realizados en el SRI.

**Tabla Nº 29: Matriz de evaluación de factores externos**

<b>FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	
• Estabilidad política del país	4
• Campañas del gobierno en favor de la tributación	5
• Aumento de fondos por declaración de impuestos	5
• Voluntad de las personas para cumplir con sus obligaciones fiscales	5
• Nuevos métodos de gestión	4
<b>AMENAZAS</b>	
• Nuevas políticas fiscales.	4
• Falta de conocimientos para tributar	5
• Impuestos elevados en artículos seleccionados	4
• Capacitación insuficiente	5
• Falta de compromiso por parte de los profesionales	4
• Atrasos en los pagos de los impuestos	5

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

Alta	5
Baja	4

Mediante el establecimiento de las estrategias se tomó las oportunidades y amenazas con mayor peso, dado que causan mayor impacto positivo y/o negativo en el SRI.

**Tabla N° 30:** Matriz de evaluación de factores internos

<b>FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
<b>FORTALEZAS</b>	
• Realización de nuevas obras	5
• Incremento de recaudación fiscal	4
• Lotería tributaria	4
• Nueva infraestructura	5
• Servicio personalizado	4
• Reforma de políticas internas	4
• Iniciativa de mejoramiento	4
• Control de la tributación	5
<b>DEBILIDADES</b>	
• Mala percepción de los ciudadanos con respecto al manejo de los ingresos del estado	5
• Gasto en publicidad política	4
• Tendencias fiscales	4
• No hay cultura de cumplimiento	5
• Falta de coordinación entre funcionarios	4
• Tendencia a no querer asumir responsabilidades	5

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Alta	5
Baja	4

Para el establecimiento de las estrategias se tomó, las fortalezas y debilidades con mayor peso, dado que son los factores críticos del éxito más importantes FODA del SRI.

## SEGUNDA FASE

### 1. Establecimiento de la estrategia

La determinación de estrategias permitirá el elegir las mejores alternativas para la implementar la ciudadanía fiscal.

**Tabla N° 31:** Selección de una opción estratégica

<b>EXTERNALIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>INTERNALIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas del gobierno en favor de la tributación</li> <li>• Aumento de fondos por declaración de impuestos</li> <li>• Voluntad de las personas para cumplir con sus obligaciones fiscales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimientos para tributar</li> <li>• Deficiente capacitación</li> <li>• Atrasos en los pagos de los impuestos</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de nuevas obras</li> <li>• Nueva infraestructura</li> <li>• Control de la tributación</li> </ul>	<p>Aumentar los fondos por la declaración para la realización de nuevas obras. (O2-F1)</p> <p>Realizar un control de tributación para el incremento de los fondos de declaración en el SRI (O1-F3)</p> <p>Realizar capacitaciones para mejorar los conocimientos de tributación en la nueva infraestructura (A2-F2)</p> <p>Evitar los atrasos mediante el control tributario (A3-F3)</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala percepción de los ciudadanos con respecto al manejo de los ingresos del estado</li> <li>• No hay cultura de cumplimiento</li> <li>• Tendencia a no querer asumir responsabilidades</li> </ul>	<p>Mejorar la percepción de los ciudadanos mediante campañas de comunicación (D1-O1)</p> <p>Mejorar el cumplimiento del pago de impuestos implementando la cultura tributaria conociendo que las personas tienen voluntad para lograrlo (D2-O3)</p> <p>Evitar atrasos en los pagos de los impuestos implementando la cultura de cumplimiento mediante campañas de concientización (A3-D2)</p> <p>Mejorar la capacitación e implementar la ideas de tener responsabilidades por parte de los profesionales (A2-D3)</p>

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## **2. Definición de los objetivos de la campaña.**

- **Objetivo general**

Mejorar la ciudadanía fiscal a través de un plan de comunicación

- **Objetivos específicos**

- Elegir los medios de comunicación que permitan difundir de mejor manera los beneficios de la ciudadanía tributaria.
- Crear los productos comunicacionales para la difusión
- Diseñar un presupuesto tentativo que se requerirá en la campaña.

## **3. Definición del público objetivo**

El público objetivo para la dirección de este plan de comunicación son los profesionales de la ciudad de Ambato.

## **TERCERA FASE**

### **1. Análisis de los servicios**

Descripción de los principales impuestos y servicios que ofrece el SRI al contribuyente.

- Consultas públicas y servicios en línea que ofrece el SRI
- Servicios telefónicos que ofrece el SRI
- Servicios presenciales que ofrece el SRI
- Servicios y consultas Web que ofrece el SRI
- Estado Tributario
- Consultas de RUC
- Valor de matrícula vehicular
- Validez de comprobantes de venta

- Impuesto a la Renta Causado
- Capacitaciones
- Consulta de deudas

## 2. Beneficios a comunicar

Gracias al buen uso de lo recaudado, se podrán realizar obras públicas que beneficien a todos los ciudadanos.

Mediante la tributación se podrá continuar con el mejoramiento de:

- Vialidad
- Salud
- Educación, etc.

## 2. Ventaja diferencial

**Tabla N° 32: Ventaja diferencial**

competidores  Factores clave de éxito	En la actualidad			En el futuro		
	Escala	Peso	V. Ponderado	Escala	Peso	V. Ponderado
RECEPTIVIDAD	3	0,19	0,6	5	0,22	1,1
REACCIÓN	4	0,25	1,0	4	0,17	0,7
RECAUDACIÓN	3	0,19	0,6	4	0,17	0,7
COMPROMISO	3	0,19	0,6	5	0,22	1,1
CULTURA TRIBUTARIA	3	0,19	0,6	5	0,22	1,1
<b>Calificación de la fortaleza total</b>	16	1,00	3,3	23	1,00	4,7

**Escala del 1 - 5**

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Gracias a la ventaja diferencial, se puede apreciar que es muy necesaria la implementación de ciudadanía fiscal, para sostener su posición y a la vez mantener la cultura tributaria en los ciudadanos, y puntualmente podemos hablar que ayudará a fortalecer la cultura tributaria de los profesionales, que son los protagonistas de este estudio.

#### **4. Personalidad de la campaña**

La campaña tendrá un tono: educativo – asertivo (ni muy pasivo, ni muy agresivo, para la generación de confianza y compromiso con el SRI y el pago puntual de los impuestos)

**Informativo:** Para comunicar los beneficios que se produce al momento del pago de impuestos.

**Motivo:** Mejorar cultura tributaria.

A través del plan de comunicación, se pretende incentivar a los profesionales de la ciudad de Ambato a mantener una ciudadanía fiscal adecuada, mediante la campaña se busca posicionar en la mente de los profesionales que la tributación no es solo una obligación, sino un compromiso que se debe cumplir con responsabilidad, que ayudará al progreso del país.

#### **5. Desarrollo de la promesa**

La promesa básica es: Mejores obras para el país

#### **6. Mensaje**

“CON LA CIUDADANÍA FISCAL, CONSTRUIREMOS LA PATRIA IDEAL”

“SER BUEN PROFESIONAL, ES TENER FORMACIÓN MORAL”

**Slogan:**

SRI, le hace bien al país.

**Beneficios:**

Conocimiento de la importancia de la ciudadanía fiscal para el desarrollo del país.

**Promesa básica:**

La promesa básica es: Mejores obras para el país

**6.1 Diseño del mensaje**

Se ha elegido varios medios de comunicación para la realización de la campaña de concientización, a continuación se muestra los tipos de medios elegidos:

- Televisión
- Marketing viral
- Radio
- Servicio de mensajería
- Publicidad en buses
- Prensa
- Revistas
- Volantes
- Vallas

Mediante esta campaña se pretende posicionar la ciudadanía fiscal en la mente de los profesionales de la ciudad de Ambato.

## CUARTA FASE

### 2. Estrategia de medios

**Tabla N° 33:** Análisis de estrategias

Estrategias	Objetivos	Actividades	Medios	Tiempo		Responsables	Indicadores
				f. Inicio	f. Fin		
Aumentando los fondos por la declaración para la realización de nuevas obras. (O2-F1)	Incentivar la declaración para el ingreso de más fondos	Realizar campañas donde se aprecie las obras realizadas y mejorar la percepción de las personas en relación al pago de impuestos. Determinar los horarios para la realización de las campañas	Televisión	1/02/2013	30/04/2013	Dpto. de marketing.	Incremento de nuevas obras
Realizando un control de tributación para el incremento de los fondos de declaración (O1-F3)	Controlar la tributación a través de convenios con empresas donde exista mayor cantidad de profesionales que tributan.	Conocer los medios virtuales (redes sociales) más visitados por los profesionales.	Marketing viral	1/02/2013	31/12/2013	Dpto. de marketing	Control de pagos

Mejorando la difusión de las capacitaciones para mejorar los conocimientos de tributación en la nueva infraestructura (A2-F2)	Incentivar a los profesionales a acudir a las capacitaciones que se ofrecen en el SRI	Determinar el mensaje para impulsar a los profesionales a capacitarse con relación al pago de impuestos.	Radio	1/03/2013	31/05/2013	Dpto. de marketing	Capacitar a los profesionales sobre la tributación
Evitando los atrasos mediante el control tributario (A3-F3)	Realizar convenios con operadoras para implementar el servicio de mensajes de recordatorio para el cumplimiento de las obligaciones	Determinar el costo de los mensajes  Realizar una base de datos para el envío de mensajes recordatorios	Servicio de mensajería	1/02/2013	31/12/2013	Dpto. de marketing	Pago puntual de los tributos
Mejorando la percepción de los ciudadanos mediante campañas de comunicación (D1-O1)	Realizar campañas móviles que permitan mejorar la percepción de los ciudadanos con respecto a la tributación.	Determinar los medios móviles para la aplicación de la campaña publicitaria	Publicidad en buses	1/02/2012	31/07/2013	Dpto. de marketing	Impulsar el conocimiento sobre la tributación
Evitando atrasos en los pagos de los impuestos implementando la cultura de cumplimiento mediante campañas de concientización (A3-D2)	Realizar publicaciones en medios impresos para fomentar el pago puntual de los tributos en la ciudad	Establecer que medios impresos son los precisos para fomentar el pago puntual de los tributos.	Prensa	1/02/2012	31/07/2013	Dpto. de marketing	Pago puntual de los tributos

Mejorando la capacitación e implementar la ideas de tener responsabilidades por parte de los profesionales (A2-D3)	Plantear las capacitaciones a empresas grandes, medianas y pequeñas para ayudar al cumplimiento de los impuestos	Diseñar publicidad para ofrecer a las empresas las capacitaciones	Volantes	01/03/2013	31/03/2013	Dpto. de marketing	
Mejorando el cumplimiento del pago de impuestos implementando la cultura tributaria conociendo que las personas tienen voluntad para lograrlo (D2-O3)	Posicionar en la mente de los profesionales la cultura tributaria	Diseñar publicidad de alto impacto para generar la ciudadanía fiscal.	Vallas	01/02/2013	31/07/2013	Dpto. de marketing	Mejorar el pago de impuestos

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## 2. Programas de acción

Se eligieron varios medios de comunicación, los cuales ayudaran a incentivar la ciudadanía fiscal, y que los profesionales sientan el deseo de colaborar con las obras públicas mediante la tributación voluntaria.

### Televisión

Propósito del mensaje: Posicionar la ciudadanía fiscal en la mente de los profesionales.

**Tabla Nº 34:** Diálogo televisión



Ambato, ciudad abierta al futuro, a la cultura, a la ilusión, a la vida.  
Ambato está más vivo que nunca.  
Ambato avanza con nuestros impuestos  
Y todo gracias a ti!!  
Contribuye con nosotros  
No nos defraudes



SRI le hace bien al país.

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

**Tabla Nº 35:** Estrategia de medios (Tv) Campaña de posicionamiento

<b>MEDIO PUBLICITARIO VISUAL MASIVO: Televisión</b>								
<b>Proveedor</b>	<b>Programa</b>	<b>Horario</b>	<b>Canales</b>	<b>Número de emisiones x día</b>	<b>Número de emisiones x Mes</b>	<b>Segmento</b>	<b>V. mensual</b>	<b>V. Semestral</b>
Ambavisión	Programación durante todo el día	Spot cada 2 horas a partir de las 7:00	Canal 2	5 emisiones diarias - 40 segundos	20 emisiones mensuales	Profesionales	880,00	5280,00
Unimax	Paquete especial A	7:00 8:00 13:00 14:00 19:00 20:00	Canal 34	5 emisiones diarias - 40 segundos	20 emisiones mensuales	Profesionales	924,00	5544,00

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## Marketing viral

Propósito del mensaje: Impulsar la cultura tributaria a través de las redes sociales.

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Servicio de rentas internas (S.R.I.)'. The page features a cover photo of four smiling young adults (two women and two men) holding green folders. The SRI logo is overlaid on the photo with the slogan '...le hace bien al país!'. Below the cover photo, the page name 'Servicio de rentas internas ( S.R.I. )' is displayed, along with the text 'A 471 personas les gusta esta página · 13 personas están hablando sobre esto'. There are buttons for 'Me gusta', 'Mensaje', and a dropdown menu. The page is categorized as 'Compañía' and has 471 likes. A post by Gabriel Moreno Cordero Jr. is visible, dated 'El 30 de septiembre, cerca de Cuenca'. The post text reads: 'A MUCHAS FAMILIAS MILLONARIAS DEL ECUADOR, ESTÁN PENDIENTES DE PAGAR SUS IMPUESTOS.... RECORDEMOS QUE LA LEY ES PARA TODOS...'. Below the text is a photo of a man in a light blue shirt and tie. In the bottom left corner, there is a partial view of another post from 'PUCE - Maestría en Derecho Tributario' dated '17 de Julio', featuring a banner for 'MAESTRÍA en DERECHO TRIBUTARIO' and a photo of a modern building.

Gráfico N° 24: Redes sociales

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Radio

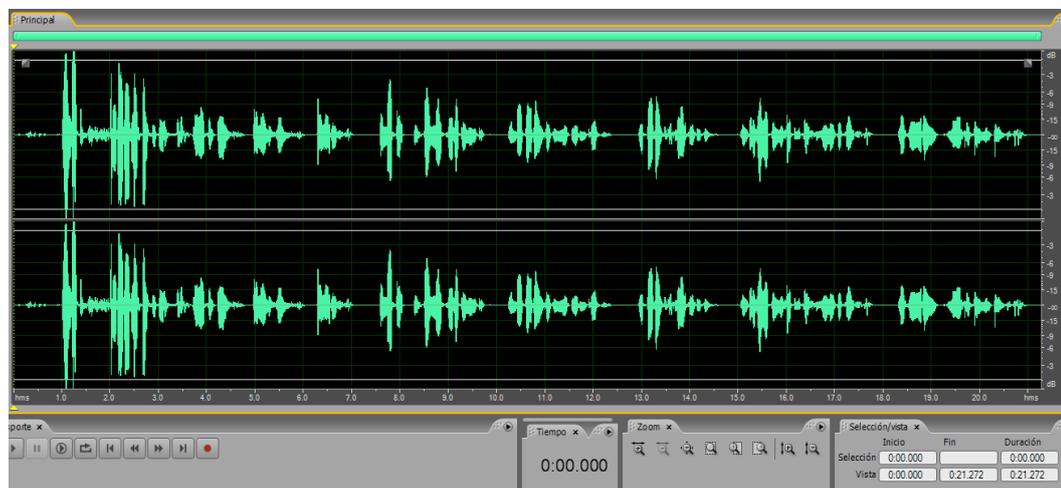
**Radio Canela:** Propósito del mensaje: Posicionar la marca haciendo énfasis en la variedad de los productos.

**Tabla N° 36:** Diálogo Radio Canela

Hoy has hecho felices a 10 niños, has cuidado a 10 personas, y gracias a la formación, has dado empleo a otras 10.

Hoy has hecho una gran labor  
Otros lo llaman impuestos  
Gracias por contribuir.

SRI le hace bien al país.



**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

**Tabla Nº 37:** Estrategia de medios (Radio) Campaña de posicionamiento (Radio Canela y Radio Caracol)

<b>Cobertura</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Propuesta</b>	<b>Periodo</b>	<b>Dirigido a:</b>
Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo, Bolívar	93.7	5 cuñas diarias de lunes a viernes más bonificación los días sábados.	3 meses	Profesionales
Pastaza	102.3			
Parte de Morona Santiago	106.1			

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

**Tabla Nº 38:** (Cuñas o menciones)

<b>PROPUESTAS</b>	<b>1 a 3 meses</b>	<b>4 a 6 meses</b>	<b>7 a 12 meses</b>
5 cuñas/día	400,00	375,00	350,00
8 cuñas/día	550,00	525,00	500,00
10 cuñas/día	650,00	625,00	600,00
15 cuñas/día	900,00	875,00	850,00

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Servicio de mensajería



### Mensaje

Recuerda: Declara el Impuesto a la renta máximo hasta el 18 de febrero del año en curso. SRI, le hace bien al país.

(El mensaje cambiara de fecha según el profesional al que se envíe el mensaje)

**Gráfico N° 25:** Mensajería

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## Publicidad en buses

La publicidad en buses permite difundir el mensaje a más personas en menos tiempo, se ubicaran en 4 buses Tungurahua, con un costo de publicidad de 30 dólares por gigantografía, y un contrato por seis meses a un costo mensual de 100 dólares.



**Gráfico N° 26:** Publicidad Móvil

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

**La Hora**  
LO QUE NECESITAS SABER

Buenos días Santo Domingo 02 de febrero de 2008 30c Sábado

**Celebración.** Nueve grupos se presentaron

# Al ritmo del Carnaval

Un mano a mano entre Jacchigua y el ballet folclórico de Luis Beltrán deleitó.

**V**amos a bailar la cumbia, la cumbia del Carnaval. Así, con música, tamboritos y piruletas de colores fue como arrastró el progreso que se realizó por el carnaval.

Los payasos, las cometas y los zapateros pusieron sabor y ritmo todo el recorrido, que inició en el Circulo de los Continentes y avanzó por la avenida Quilo, 29 de Mayo y Tichilla.

La finalización del programa llevó a ciudadanos a rodear calles en las áreas para apreciarlo. Otros alistan los teléfonos celulares con cámaras para tomar fotos y no faltó quienes filmaron parte del recorrido.

Mayra Muezo, quien vive en el vecino Cuño del Tiochi, se paró en una de las veredas de la avenida Quilo para apreciar todo el recorrido. "Está bonito, es bueno que hagan estas cosas para que haya diversión en la ciudad y para que quienes están interesados, salgan a disfrutar", expresó.

Entre los grupos que se

**AUTORIDADES → Ausentes**

- Casiano expresó la falta de representantes municipales, como el alcalde, Elio Paz y Mito, concejales y directores que trabajan con la semana.
- Solo estuvo presente el director de Educación, Cultura y Turismo, Lenin Benalcázar.



**Integrante del Ballet Folclórico de Luis Beltrán, muestra su arte en la danza de los tamboritos.**



Gráfico Nº 27: Publicidad en prensa

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## Volantes



**SRI**  
...le hace bien al país!

El Servicio de Rentas Internas promueve programas GRATUITOS de capacitación para profesionales.

Para su conocimiento se detallan los siguientes conceptos:

- **Eventos:**  
Capacitaciones o Seminarios de un solo tema
- **Programas de formación:**  
Capacitaciones de varios temas que siguen una malla curricular

Para mas información visita: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/capacitaciones>

**Gráfico N° 28:** Publicidad en prensa

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## Vallas



**Gráfico N° 29:** Publicidad en prensa

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## 6.8. Administración de la propuesta

### 6.8.1. Presupuesto

Tabla N° 39: Presupuesto

<b>Estrategias</b>	<b>Lugar</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor a los 6 meses</b>
Televisión	Ambavisión Unimax	1804,00	10824,00
Marketing viral	Redes sociales	0,00	0,00
Radio	Radio Canela	133,00	400,00
Servicio de mensajería	Servicio Claro Movistar	7500,00	45000,00
Publicidad en buses	Buses Tungurahua	120	720,00
Prensa	Diario La Hora	300,00	1800,00
Volantes	Oficinas	220,00	1320,00
Vallas	Frente al Mall de los Andes Entrada a la Yahaira	300,00	1800,00
<b>Total</b>		940,00	5640,00

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

### 6.8.3. Cronograma

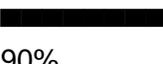
	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	tri 1, 2013			tri 2, 2013			tri 3, 2013			tri 4, 2013			tri
					ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	e
1	Realizar campañas donde se aprecie las obras realizadas y mejorar la percepción de las personas en relación al pago de impuestos.	63 días	vie 01/02/13	mar 30/04/13	█												
2	Determinar los horarios para la realización de las campañas	63 días	vie 01/02/13	mar 30/04/13	█												
3	Determinar los sectores profesionales donde se aplicarán los controles.	238 días	vie 01/02/13	mar 31/12/13	█			█			█						
4	Determinar el mensaje para impulsar a los profesionales a capacitarse con relación al pago de impuestos.	86 días	vie 01/02/13	vie 31/05/13	█												
5	Determinar el costo de los mensajes	238 días	vie 01/02/13	mar 31/12/13	█			█			█						
6	Realizar una base de datos para el envío de mensajes recordatorios	238 días	vie 01/02/13	mar 31/12/13	█			█			█						
7	Determinar los medios móviles para la aplicación de la campaña publicitaria	129 días	vie 01/02/13	mié 31/07/13	█			█									
8	Establecer que medios impresos son los precisos para fomentar el pago puntual de los tributos.	129 días	vie 01/02/13	mié 31/07/13	█			█									
9	Diseñar publicidad para ofrecer a las empresas las capacitaciones	22 días	vie 01/03/13	dom 31/03/13	█												
10	Diseñar publicidad de alto impacto para generar la ciudadanía fiscal.	129 días	vie 01/02/13	mié 31/07/13	█			█									

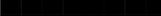
Gráfico Nº 30: Publicidad en prensa

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

Tabla Nº 40: Matriz de evaluación y seguimiento de la propuesta

#	RESPONSABLE		FECHA INICIO		ACTIVIDADES DE LA ESTRATEGIA	MEDIOS	TIEMPO DE PUBLICIDAD CONTRATADA	ÍNDICE DE GESTION	EMPRESA CONTRATADA	ÁREA	PRIORIDAD	FECHA OBJETIVO			ESTADO	CUMPLIMIENTO MINIMO
	R1	DÍA	MES	AÑO								DÍA	MES	AÑO		
1	DC	1	Febrero	2012	1. Realizar campañas donde se aprecie las obras realizadas y mejorar la percepción de las personas en relación al pago de impuestos.	Televisión	40 Spots publicitarios mensuales	Total de anuncios difundidos/ total de anuncios contratados	Ambavisión y Unimax	Comunicación	ALTA	30	Abril	2013	En proceso	 92%
2	DC	1	Febrero	2012	2. Determinar los horarios para la realización de las campañas	40 Spots publicitarios mensuales						Comunicación	31	Abril	2013	En proceso

3	DC	1	Febrero	2012	3. Determinar los sectores profesionales donde se aplicarán los controles.	Marketing viral	Indefinidamente	Se controlará a través de encuestas a contribuyentes	Redes sociales	Comunicación	ALTA	31	Dic	2013	En proceso	 90%
4	DC	1	Marzo	2012	4. Determinar el mensaje para impulsar a los profesionales a capacitarse con relación al pago de impuestos.	Radio	72 cuñas comerciales	Total de anuncios difundidos / total de anuncios contratados	Radio Canela y Radio Caracol	Comunicación	ALTA	31	Mayo	2013	En proceso	 90%
5	DC	1	Febrero	2012	5. Determinar el costo de los mensajes	Servicio de mensajería	Indefinidamente	Se controlará a través de encuestas a contribuyentes	Movistar, Claro, Alegro	Comunicación	ALTA	31	Diciembre	2013	En proceso	 90%
6	DC	1	Febrero	2012	6. Realizar una base de datos para el envío de mensajes recordatorios							31	Diciembre	2013	En proceso	 90%

7	DC	1	Febrero	2012	7. Determinar los medios móviles para la aplicación de la campaña publicitaria	Publicidad en buses	Fin del contrato	Total de unidades que tienen publicidad / la publicidad contratada	Buses Tungurahua	Comunicación	ALTA	31	Julio	2013	En proceso	 95%
8	DC	1	Febrero	2012	8. Establecer que medios impresos son los precisos para fomentar el pago puntual de los tributos.	Prensa	30 publicaciones mensuales	Se controlará el tamaño de la publicación, los días requeridos, página y el diseño de la impresión	Diario LA HORA	Comunicación	ALTA	31	Julio	2013	En proceso	 95%
9	DC	1	Marzo	2012	9. Diseñar publicidad para ofrecer a las empresas las capacitaciones	Volantes	5000 volantes	Se controlará a través de encuestas	Megagrafic	Comunicación	MEDIA	31	Marzo	2013	En proceso	 90%

10	DC	1	Febrero	2012	10. Diseñar publicidad de alto impacto para generar la ciudadanía fiscal.	Vallas	2 vallas	Total de vallas con publicidad / vallas contratadas	Megagráfico	Comunicación	MEDIA	31	Julio	2013	En proceso	90%
----	----	---	---------	------	---	--------	----------	---	-------------	--------------	-------	----	-------	------	------------	-----

CUADRO DE REFERENCIAS	
R1	Referencia 1
DC.	Departamento de comunicación

**Elaborado por:** Aidee Llerena (2012)

## 6.9. Previsión de la evaluación

Tabla Nº 41: Previsión de la evaluación

Preguntas Básicas	Explicación
¿Quiénes solicitan evaluar?	Servicio de Rentas Internas (SRI)
¿Por qué evaluar?	Para conocer el avance del plan de comunicación y ver la acogida del plan en los profesionales.
¿Para qué evaluar?	Para el logro de los objetivos propuestos, tomar decisiones efectivas y adoptar medidas correctivas si es necesario.
¿Qué evaluar?	Que se cumplan las actividades planteadas en esta propuesta, con los recursos presupuestados y además que se logren los objetivos esperados.
¿Quién evalúa?	Departamento de marketing y Departamento financiero.
¿Cuándo evaluar?	Al finalizar el cumplimiento de cada estrategia planteada.
¿Cómo evaluar?	A través de análisis financieros y estudios de mercado
¿Con qué evaluar?	Con los estados de resultados y con el instrumento del cuestionario.

Elaborado por: Aidee Llerena (2012)

## BIBLIOGRAFÍA

- **ABRIL SÁNCHEZ, C. E., ENRÍQUEZ PALOMINO, A., & SÁNCHEZ RIVERO, J. M.** (2006). “Manual para la integración de sistemas de gestión: Calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales”. Madrid: José Manuel. 127pp
- **AGUILAR F, Ruth** (1996). “Metodología de la Investigación Científica”. Segunda Edición. AC Editores. Santa fe de Bogotá – Colombia. 533pp
- **BORT MUÑOZ, M. Á.** (2004). Merchandising: Cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial. Madrid: ESIC. 117
- **CONSTITUCIÓN** (2008), “Dejemos el pasado atrás”, publicación Oficial de la Asamblea constituyente, Ecuador. 218pp.
- **FINCOWSKY, Franklin y otro,** (2011) “Comportamiento Organizacional, Enfoque para América Latina”, Pearson Educación, México, 2011. 568pp
- **HERNANDEZ E. Luis, MEDINA F. Arnaldo, NARANJO L. Galo,** “Tutorias de la Investigación Científica”, Guía para elaborar en forma amena el trabajo de graduación”, Dimerino Editores, Quito - Ecuador, 2004, 252pp.
- **HERNANDEZ, Roberto y otros;** “metodología de la Investigación”, 3ª edición; México; Ediorial MC Graw hill; 2003; 689pp.
- **JIMÉNEZ ZARCO, A. I., & Calderón García, H.** (2004). “Dirección de productos y marcas”. Barcelona: OUC. 23pp-
- **KOONTZ, H., & Wehrich, H.** (2005). Estrategia, Planificación y Control. México: Mc GrawHill. 804pp.

- **MUÑOZ, J. J.** (2004). “Nuevo diccionario de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa”. Esic: Red Colección Comunicación. 123 pp
- **ORTEGA GIMÉNEZ, A.** (2008). “Nuevas estrategias de internacionalización del calzado”. España: Editorial Club Universitario. 151pp.
- **REY, Nerida y VELASQUEZ Ángel,** “Metodología de la Investigación” Editor: Lima: San Marcos, 1999, 311 pp
- **RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I., SUÁREZ VÁZQUEZ, A., & GARCÍA DE LOS SALMONES, M. d.** (2008). “Dirección publicitaria”. Barcelona: Editorial UOC. 331pp.
- **SAMPIERI, Roberto.** “Metodología de la Investigación” Ediciones Castillo (2005) 100pp.
- **SÁNCHEZ HERRERA, J.** (2009). “La creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa aplicable a las decisiones de inversión en mercados financieros”. Madrid: ESIC. 84pp.

- **ABRIL**, Víctor, (2009) "Investigación Bibliográfica – Documental"(en línea). Disponible en <http://www.vhabril.wikispaces.com>. (fecha de Consulta 09.01.10)
- **ALBAN**, Hernesto (2002) Cultura Tributaria, disponible en [www.explored.com.ec/noticias-ecuador/cultura-tributaria-127458-127458.html](http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/cultura-tributaria-127458-127458.html) Fecha de consulta: 17 de diciembre del 2009.
- **ATEQUERA**, Germán y otro .Comentarios sobre "Determinantes de la Moral Tributaria en la Provincia de Buenos Aires", de Germán Antequera y Marcelo Florensa. Roberto J. Arias. 12 de noviembre del 2008[http://www.aaep.org.ar/anales/comentarios/comentarios2008/2497/antequera\\_com.pdf](http://www.aaep.org.ar/anales/comentarios/comentarios2008/2497/antequera_com.pdf)
- **AUSTIN**, Tomas (2010) "El diseño de la investigación", disponible en : [www.angelfire.com/emo/tomaustin/Met/guiacuatro\\_sise\\_o.htm](http://www.angelfire.com/emo/tomaustin/Met/guiacuatro_sise_o.htm). (fecha de consulta 14.01.10)
- **COPESA**. (06 de Febrero de 2012). ICARITO. Obtenido de <http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/primer-ciclo-basico/lenguaje-y-comunicacion/comunicacion-oral/2010/03/50-8921-9-los-medios-de-comunicacion.shtml>
- **DE MENA, Elsa (2007)** Cultura Tributaria, disponible en [www.diariohoy.com.ec/noticias-ecuador/cultura-tributaria-273365-273365.htm](http://www.diariohoy.com.ec/noticias-ecuador/cultura-tributaria-273365-273365.htm). Fecha de consulta: 17 de diciembre del 2009.
- Diccionario de Investigación Científica (2009: internet), disponible en <http://members.fortunecity.es/mariaeuge/p.html>. (fecha de consulta 19-12-2009)

- **LATANEXT, (2009)** “Que deben hacer las empresas en el Ecuador”.  
[http://www.lataxnet.net/partners/Ecuador/ecuador-informacion\\_tributaria/default.html](http://www.lataxnet.net/partners/Ecuador/ecuador-informacion_tributaria/default.html)
- **ORBE, Mauricio (2005)** Cultura Tributaria, disponible en [www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cultura-tributaria-208309-208309.html](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cultura-tributaria-208309-208309.html).  
Fecha de consulta: 17 de diciembre del 2009.
- **VERA, Lamberto Dr. UIPR, Ponce, P.R. (2009: Internet)**  
[http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/INVESTIGACION\\_CUALITATIVA.p](http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf)  
df Fecha de consulta; 19 -12-I 2009)

# ANEXOS

### ANEXO No. 1: Matriz

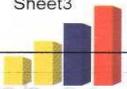
SITUACIÓN ACTUAL REAL NEGATIVA	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A SER INVESTIGADO	SITUACIÓN FUTURA DESEADA POSITIVA	PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA PLANTEADO
<p>Poca educación en valores</p> <p>Despreocupación en temas tributarios</p> <p>Deficiente aceptación a la tributación.</p>	<p>Ineficiente aplicación de una ciudadanía fiscal</p>	<p>Personas que tributen voluntariamente</p>	<p>Incorporar la temática tributaria en la práctica diaria, a través de una campaña que propenda a una formación de la moral tributaria.</p>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Aidee Llerena B.

## ANEXO No. 2: Población de 24 años y más con título reconocido

Sheet3



www.inec.gob.ec  
www.ecuadorencifras.com  
ECUADOR CUENTA CON EL INEC

Población de 24 años y más con título reconocido		
Código	Nombre de canton	
1801	AMBATO	26.252
1802	BAÑOS	1.390
1803	CEVALLOS	324
1804	MOCHA	121
1805	PATATE	401
1806	QUERO	272
1807	SAN PEDRO DE PELILE	1.721
1808	SANTIAGO DE PILLARO	1.381
1809	TISALEO	208

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV - 2010)  
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)  
Elaborado: Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE) - Sergio Abata

*Jennifer.arregui@inec.gob.ec*



Dirección Regional del Centro  
Rocafuerte y Lalama  
Telfs.: (593-3) 2421 871 / 2421 867  
Fax: (593-3) 2421 991  
e-mail: regional\_centro@inec.gob.ec  
www.inec.gob.ec  
Ambato- Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

Elaborado por: Aidee Llerena B.

### ANEXO No. 3: Profesionales

Nombre del título	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Físicos y Astrónomos	55	22	77
Meteorólogos	1	-	1
Químicos	56	73	129
Técnicos y Tecnólogos Químicos	10	5	15
Geólogos y Geofísicos	8	-	8
Matemáticos, Actuarios y Estadísticos	3	1	4
Licenciados En Matemática y Estadística	4	1	5
Biólogos, Botánicos, Zoólogos y Afines	24	14	38
Licenciados en Biología	8	-	8
Agrónomos y Afines	411	154	565
Técnicos y Tecnólogos en Agropecuaria y Agroindustrial	46	29	75
Profesionales De La Protección Medio Ambiental	1	-	1
Técnicos y Tecnólogos De La Protección Medio Ambiental	3	-	3
Licenciados en la Protección Medio Ambiental	1	2	3
Ingenieros Industriales y de Producción	309	139	448
Ingenieros Civiles	577	70	647
Ingenieros Medio Ambientales	12	11	23
Ingenieros Mecánicos	376	19	395
Ingenieros Químicos	47	19	66
Ingenieros de Minas, Metalúrgicos y Afines	22	1	23
Ingenieros No Clasificados Bajo Otros Epígrafes	1.380	1.673	3.053
Técnicos y Tecnólogos Industriales	123	18	141
Tecnólogos en Ingeniería Civil	5	1	6
Técnicos y Tecnólogos Mecánicos	150	7	157
Técnicos y Tecnólogos en Minas, Metalúrgicos y Afines	-	2	2
Técnicos, Tecnólogos y Licenciados no Clasificados Bajo Otros Epígrafes	1.385	1.435	2.820
Ingenieros Electricistas	55	7	62
Técnicos y Tecnólogos Electricistas	33	1	34
Ingenieros Electrónicos	226	35	261
Técnicos y Tecnólogos Electrónicos	72	3	75
Ingenieros en Telecomunicaciones	12	2	14
Técnicos y Tecnólogos en Telecomunicaciones	2	-	2
Arquitectos	205	40	245
Arquitectos paisajistas	1	-	1
Diseñadores de Productos y de Prendas	27	38	65
Técnicos y Tecnólogos en Diseño de Productos	3	3	6
Urbanistas e Ingenieros de Tránsito	1	-	1
Cartógrafos y Agrimensores	2	-	2
Diseñadores Gráficos y Multimedia	78	42	120
Técnicos y Tecnólogos en Diseño Gráfico	19	10	29
Licenciados en Diseño Gráfico y Multimedia	18	6	24
Médicos Generales	267	169	436
Médicos Especialistas	218	214	432
Profesionales de Enfermería	14	129	143
Licenciados de Enfermería	22	206	228
Profesionales de Medicina Tradicional y Alternativa	5	4	9

Practicantes Paramédicos	2	1	3
Veterinarios	86	22	108
Dentistas	84	81	165
Farmacéuticos	13	22	35
Fisioterapeutas	4	21	25
Licenciados en Fisioterapia y Afines	10	39	49
Dietistas y Nutricionistas	3	15	18
Audiólogos y Logopedas	-	2	2
Optometristas	5	3	8
Licenciados en Optometría y Ópticos	5	6	11
Técnicos, Tecnólogos en Salud	46	70	116
Licenciados de Laboratorios Médicos	33	61	94
Doctores de la Enseñanza	77	95	172
Profesores de Universidades y de la Enseñanza Superior (Área Social)	6	2	8
Profesores de Universidades y de la Enseñanza Superior (Ciencias Naturales y Exactas)	3	-	3
Otros Profesores de la Enseñanza Superior	2	2	4
Licenciados en Ciencias de la Educación (Ciencias Sociales)	957	1.802	2.759
Licenciados en Ciencias de la Educación (Ciencias Naturales y Exactas)	37	61	98
Licenciados en Ciencias de la Educación (Contables, Banca y Finanzas)	60	190	250
Licenciados en Ciencias de la Educación (Tecnología de la Información y Las Comunicaciones)	13	29	42
Licenciados en Ciencias de la Educación (Ciencias Humanas y Religiosas)	36	33	69
Licenciados en Ciencias de la Educación (Artes y Afines)	13	13	26
Licenciados en Ciencias de la Educación (Publicidad, Marketing y Comercialización)	21	41	62
Licenciados en Ciencias de la Educación (Medio Ambientales)	2	18	20
Licenciados en Ciencias de la Educación (Salud, Psicología y Afines)	17	37	54
Otros Licenciados en Ciencias de la Educación	56	69	125
Profesores de Formación Profesional	14	46	60
Profesores de Enseñanza Secundaria	59	80	139
Maestros de Enseñanza Primaria	76	129	205
Maestros Preescolares	2	49	51
Especialistas en Métodos Pedagógicos	3	6	9
Educadores Para Necesidades Especiales	1	6	7
Otros Profesores de Idiomas	11	21	32
Otros Profesores de Música	11	2	13
Otros Profesores de Artes	1	1	2
Técnicos y Tecnólogos en Educación	14	9	23
Licenciados en Ciencias de la Educación (Administración Educativa)	94	470	564
Profesionales de la Enseñanza no Clasificados Bajo Otros Epígrafes	-	1	1
Contables	391	1.220	1.611
Técnicos y Tecnólogos Contables	61	190	251
Licenciados Contables	107	353	460

Analistas Financieros	-	3	3
Analistas de Gestión y Organización	10	8	18
Técnicos y Tecnólogos de Gestión y Organización	-	1	1
Especialistas en Políticas y Servicios de Personal y Afines	6	9	15
Licenciados en Políticas y Servicios de Personal y Afines	106	178	284
Técnicos y Tecnólogos en Administración, Gerencia y Liderazgo	63	92	155
Profesionales de la Publicidad y la Comercialización	60	78	138
Técnicos y Tecnólogos de la Publicidad y la Comercialización	61	110	171
Licenciados de la Publicidad y la Comercialización	32	57	89
Licenciados de Relaciones Públicas	1	2	3
Profesionales de Ventas Técnicas y Médicas (Excluyendo la Tecnología de la Información y Las Comunicaciones)	1	1	2
Profesionales de Ventas de Tecnología de la Información y Las Comunicaciones (Tic)	-	2	2
Analistas de Sistemas	599	277	876
Técnicos y Tecnólogos en Sistemas	277	242	519
Licenciados en Sistemas	59	45	104
Desarrolladores de Software	4	3	7
Desarrolladores Web y Multimedia	6	2	8
Técnicos y Tecnólogos de Web y Multimedia	4	-	4
Licenciados de Web y Multimedia	-	1	1
Programadores de Aplicaciones	3	2	5
Tecnólogos de Aplicaciones	2	-	2
Técnicos y Tecnólogos en Informática y Computación	95	70	165
Profesionales en Redes de Computadores	4	-	4
Especialistas en Bases de Datos y en Redes de Computadores no Clasificados Bajo Otros Epígrafes.	1	-	1
Abogados	724	427	1.151
Jueces	2	2	4
Técnicos y Tecnólogos en Derecho	10	10	20
Licenciados en Derecho	38	24	62
Bibliotecarios, Documentalistas y Afines	-	1	1
Técnicos y Tecnólogos Archivistas, Bibliotecarios y Afines	-	1	1
Licenciados Archivistas, Bibliotecarios y Afines	-	1	1
Secretarios Administrativos y Ejecutivos	4	169	173
Técnicos y Tecnólogos en Secretariado	-	48	48
Economistas	127	116	243
Sociólogos, Antropólogos y Afines	4	7	11
Filósofos, Historiadores y Especialistas en Ciencias Políticas	-	2	2
Psicólogos	66	180	246
Profesionales del Trabajo Social	7	32	39
Profesionales Religiosos	8	8	16
Técnicos y Tecnólogos en Economía	2	8	10
Licenciados en Economía	4	12	16
Licenciados en Sociología	5	6	11
Licenciados en Psicología	3	16	19
Licenciados del Trabajo Social	2	23	25

Periodistas	19	5	24
Técnicos y Tecnólogos en Comunicación	4	2	6
Licenciados en Periodismo y Comunicación	71	81	152
Traductores, Intérpretes y Lingüistas	-	1	1
Artistas de Artes Plásticas	1	1	2
Técnicos y Tecnólogos de Artes Plásticas y Afines	4	10	14
Músicos y Compositores	4	-	4
Técnicos y Tecnólogos en Música	3	2	5
Actores	-	2	2
Guías de Turismo	4	7	11
Técnicos y Tecnólogos en Turismo y Hotelería	48	49	97
Licenciados en Turismo y Afines	42	61	103
Maestro (Sin Especificación)	18	31	49
Administrador (Sin Especificación)	14	16	30
Doctorado (Sin Especificación)	194	257	451
Diplomado (Sin Especificación)	128	156	284
PH-Magister-Masterado (Sin Especificación)	397	339	736
Diseñador (Sin Especificación)	2	2	4
Se ignora	2.896	3.438	6.334
Total	14.982	16.659	31.641

Elaborado por: Aidee Llerena B.

**ANEXO No. 4: Cuestionario**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y DERECHO EMPRESARIAL**

**Objetivo:** Conocer el nivel de ciudadanía fiscal de los profesionales de la ciudad de Ambato.

**1. ¿Cuál es el sexo de la persona encuestada?**

1. Hombre                                  2. Mujer

**2. ¿Cuál es su profesión?**

- |                         |                         |                       |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| 0. NSC                  | 15. Laboratorista       | 25. Profesor/a en     |
| 1. Agrónomo             | Médico                  | Educación Primaria    |
| 2. Arquitecto           | 16. Médico General      | 26. Doctor en Derecho |
| 3. Físico o Astrónomo   | 17. Médico Especialista | 27. Economista        |
| 4. Químico              | 18. Veterinario         | 28. Licenciado en     |
| 5. Ingeniero Industrial | 19. Contador            | Turismo y Hotelería   |
| 6. Ingeniero Mecánico   | 20. Comunicador Social  | 29. Técnicos y        |
| 7. Ingeniero Civil      | 21. Psicólogo/a         | Tecnólogos            |
| 8. Ingeniero Químico    | 22. Ingeniero en        | Industriales          |
| 9. Ingeniero Eléctrico  | Sistemas                | 30. Técnicos y        |
| 10. Dentista            | 23. Licenciado en       | Tecnólogos            |
| 11. Diseñador de        | Ciencias Sociales       | Mecánicos             |
| productos y prendas     | 24. Profesor/a de       | 31. Doctores de la    |
| 12. Diseñador gráfico   | Educación Pre-          | Enseñanza             |
| 13. Enfermera           | escolar                 | 32. Administradores y |
| 14. Fisioterapeuta      |                         | afine                 |

**3. ¿Cuál es su mayor título alcanzado?**

1. Tercer Nivel                                  00. NSC  
2. Cuarto Nivel

**4. ¿Cuántos años lleva ejerciendo su profesión?**

00. NSC

**5. ¿En qué rango se encuentra su ingreso profesional promedio en USD?**

- |                           |                           |                          |
|---------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 1. Hasta 527 USD          | 2. De 528 hasta 733 USD   | 3. De 734 hasta 1212 USD |
| 4. De 1213 hasta 2308 USD | 5. De 2309 hasta 3542 USD | 6. Más de 3542 USD       |
| 7. NSC                    |                           |                          |

**6. Sus otros ingresos mensuales están entre: (cerrada)**

- |                           |                           |                          |
|---------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 1. Hasta 527 USD          | 2. De 528 hasta 733 USD   | 3. De 734 hasta 1212 USD |
| 4. De 1213 hasta 2308 USD | 5. De 2309 hasta 3542 USD | 6. Más de 3542 USD       |
| 7. NSC                    |                           |                          |

**7. ¿Cuál sería la razón por la que usted pagaría sus impuestos? (cerrada)**

- |   |   |
|---|---|
| 1. Por problemas de dinero                  | 6. Por desconfianza del uso y destino de lo recaudado |
| 2. Por olvido o descuido                    | 7. Por no tener al día los respaldos                  |
| 3. Porque no todos declaran sus impuestos   | 8. Ninguna  |
| 4. Por desconocimiento de la fecha          | 9. Otras  |
| 5. Por dificultad para llenar el formulario |   |

**8. ¿Las personas que pagan impuestos lo hacen por?**

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| 1. NSC                         | 7. No tener problemas del uso y destino de lo recaudado |
| 2. Evitar la cárcel            | 8. Solidaridad con los demás                            |
| 3. Evitar multas               | 9. Obligación Laboral                                   |
| 4. Obligación ciudadana        | 10. Otra  |
| 5. Responsabilidad con el país |   |
| 6. Evitar clausuras            |   |

**9. ¿Cuáles son las mayores dificultades que se le presentan al declarar sus impuestos?**

1. NSC

- |  |  |
|--|--|
| 2. Tener que contratar a una persona para que realice esta | 6. Recopilar los documentos necesarios |
| 3. Largas filas  | 7. Ninguna                             |
| 4. Dificultad para llenar los formularios                  | 8. Otra                                |
| 5. Desconocimiento de cuanto pagar                         | 9. Total                               |

**10. ¿Quién llena los formularios para la declaración de sus impuestos?**

- |                    |                         |
|--------------------|-------------------------|
| 1. NSC             | 5. Asesor contable      |
| 2. Usted mismo     | 6. Empresa donde labora |
| 3. Amigos/Familiar | 7. Otros                |
| 4. Contador        |                         |

**11. ¿Con cuál de las siguientes posiciones está de acuerdo?**

1. "En ciertas ocasiones las personas o empresas pueden tener justificación para No pagar impuestos"
2. "Es justificable No Pagar impuestos en el Ecuador"
3. "El No pagar impuestos No se puede justificar en ningún caso"

**12. ¿Cree usted que en la actualidad se está cumpliendo igual, menor o mayor forma con el pago de impuestos?**

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. NSC   | 3. Igual |
| 2. Menor | 4. Mayor |

**13. ¿Por qué cree que ahora se está cumpliendo más que antes con el pago de impuestos?**

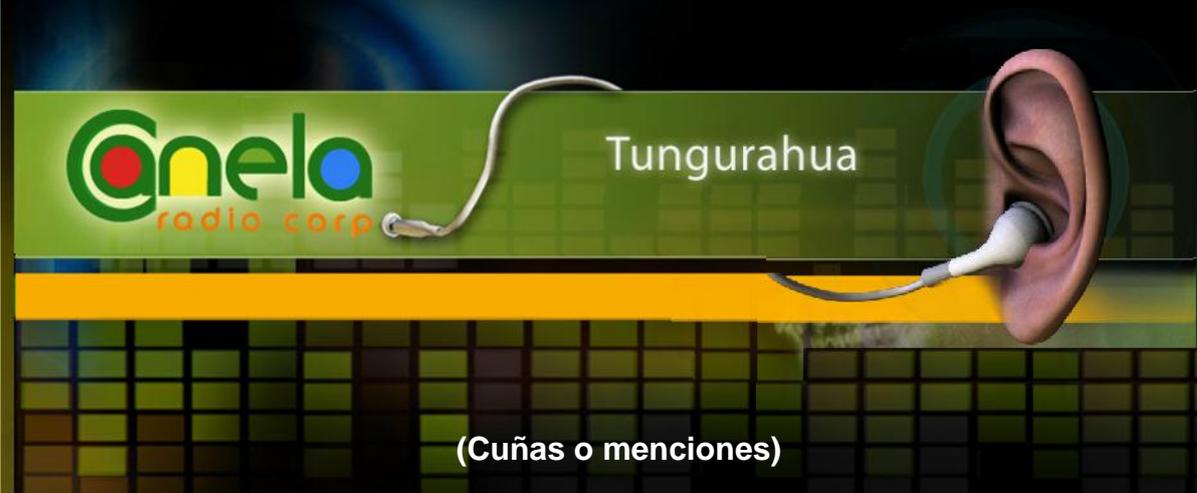
1. NSC
2. Porque ahora hay más control
3. Porque es más fácil pagar los impuestos
4. Ahora hay más conciencia de cumplir con esta obligación
5. Porque hay más conocimiento de cómo pagar impuestos
6. Otra

**14. ¿De los siguientes servicios cuál cree ha mejorado con el pago de impuestos?**

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 1. Educación          | 5. Carreteras y vías |
| 2. Salud              | 6. Ninguno           |
| 3. Vivienda           | 7. Todos             |
| 4. Bono de desarrollo | 8. Otros             |



**ANEXO No. 5: Proforma de Tarifas propuestas (Radio Canela)**



**Canela**  
radio corp

Tungurahua

(Cuñas o menciones)

PROPUESTAS	1 a 3 meses	4 a 6 meses	7 a 12 meses
5 cuñas/día	\$ 400	\$ 375	\$ 350
8 cuñas/día	\$ 550	\$ 525	\$ 500
10 cuñas/día	\$ 650	\$ 625	\$ 600
15 cuñas/día	\$ 900	\$ 875	\$850

**Los precios están sin IVA**

- Cuña eventual, artística y/o política 8,00 USD cada pasada
- Las cuñas y menciones tienen el mismo costo
- Publicidad menor a un mes, es eventual
- Horarios rotativos de lunes a viernes
- Duración de la cuña 45 segundos

**Recuerde.... Estamos a su servicio  
BIENVENIDOS AL MUNDO CANELA**

Atentamente:  
Sra. Carmita Cruz Gallardo  
Departamento de ventas  
083 59 45 78

Elaborado por: Aídee Llerena B.

### ANEXO No. 6: Tarifas Publicitarias Unimax 2013

PROPUESTAS	PROGRAMA Lunes a Viernes	CATEGORIA	HORA	# SPOTS	# SPOTS	VALOR	VALOR
				C/Día	AL MES		
PROPUESTA 1	NOTICIAS MATINAL NOTICIAS MEDIO DÍA NOTICIAS ESTELAR	AAA AAA AAA	7:00 13:00 19:00	1 1 1	66	10	<b>660.00</b>
PROPUESTA 2	DEPORTES MATINAL DEPORTES MEDIO DÍA DEPORTES ESTELAR	AA AA AA	8:00 14:00 20:00	1 1 1	66	7	<b>462.00</b>
PROPUESTA 3	NOTICIAS COMUNIDAD	AA	8:30	3	66	7	<b>462.00</b>
PROPUESTA 4	TV HOGAR (Revista Familiar)	AA	9:30	3	66	7	<b>462.00</b>
PROPUESTA 5	ALTO VOLTAJE (Musical Juvenil)	A	10:30	3	66	5	<b>330.00</b>
PROPUESTA 6	100% ECUATORIANO (Musical Adultos)	A	15:30	3	66	5	<b>330.00</b>
PROPUESTA 7	ONDA RETRO (Musical Adultos)	A	17:00	3	66	5	<b>330.00</b>
PROPUESTA 8 (Domingo)	CUENTAS CLARAS (Opinion)	AAA	18.30	3	12	25	<b>300.00</b>
PROPUESTA 9 (Jueves y viernes)	SABOR A CAÑA (Rokola)	AAA	21:30	4	32	10	<b>320.00</b>
PAQUETE ESPECIAL A	NOTICIAS MATINAL NOTICIAS MEDIO DÍA NOTICIAS ESTELAR DEPORTES MATINAL DEPORTES TELESUR DEPORTES ESTELAR	AAA AAA AAA AA AA AA	07:00 13:00 19:00 08:00 14:00 20:00	1 1 1 1 1 1	132	7.00	<b>924.00</b>
PAQUETE ESPECIAL B	NOTICIAS MATINAL NOTICIAS ESTELAR DEPORTES MATINAL DEPORTES ESTELAR	AAA AAA AA AA	07:00 19:00 08:00 20:00	1 1 1 1	88	7.00	<b>616.00</b>
PAQUETE ESPECIAL C	NOTICIAS MEDIO DÍA NOTICIAS COMUNIDAD TV HOGAR 100% ECUATORIANO	AAA AA AA A	13:00 08:30 09:30 15:30	1 1 1 1	88	6.00	<b>528.00</b>
PAQUETE ESPECIAL D	NOTICIAS MATINAL DEPORTES MATINAL DEPORTES TELESUR NOTICIAS COMUNIDAD TV HOGAR ALTO VOLTAGE ONDA RETRO 100% ECUATORIANO	AAA AA AA AA AA A A A	07:00 08:00 13:00 08:30 09:30 10:30 17:00 15:30	1 1 1 1 1 1 1 1	172	5.00	<b>880.00</b>

VALOR CADA IMPACTO	CATEGORIA				ESPECIAL (OPINION)	OBSERVACION
	A	AA	AAA			
SPOT - MENCIÓN 30"	5.00	7.00	10.00		25.00	Estos valores corresponden a paquetes mensuales de 3 impactos cada día / programa. Las menciones y sobre imposiciones no aplican en noticias.
PIE DE PANTALLA / SOBREIMPOSICIONES 10"	2.00	3.00	4.00		10.00	

Elaborado por: Aidee Llerena B.