



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en

Contabilidad y Auditoría C.P.A.

Tema:

“Los beneficios e incentivos tributarios para el impulso del sector turístico en la

provincia de Cotopaxi”

Autora: Espin Serrano, Jenifer Nataly

Tutor: Dr. Flores Brito, Santiago Xavier

Ambato – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Santiago Xavier Flores Brito, con cédula de ciudadanía N.º 0602898561, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación referente al tema: **“LOS BENEFICIOS E INCENTIVOS TRIBUTARIOS PARA EL IMPULSO DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, desarrollado por Jenifer Nataly Espin Serrano, de la carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, noviembre del 2021

TUTOR



.....
Dr. Santiago Xavier Flores Brito

C.C. 0602898561

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jenifer Nataly Espin Serrano, con cédula de ciudadanía N.º. 0503989246, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“LOS BENEFICIOS E INCENTIVOS TRIBUTARIOS PARA EL IMPULSO DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, noviembre del 2021

AUTORA



.....
Jenifer Nataly Espin Serrano

C.C. 0503989246

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de discusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, noviembre del 2021

AUTORA



.....
Jenifer Nataly Espin Serrano

C.C. 0503989246

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación con el tema: “**LOS BENEFICIOS E INCENTIVOS TRIBUTARIOS PARA EL IMPULSO DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA DE COTOPAXI**”, elaborado por Jenifer Nataly Espin Serrano, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, noviembre del 2021



Dra. Mg. Tatiana Valle.

PRESIDENTE



Dra. Rocío Cando

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Juan Pablo Martínez

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por guiarme en esta etapa de mi vida y alcanzar uno de mis anhelos más deseados. A mis padres Mario Espin y Mirian Serrano por su apoyo incondicional, amor infinito, trabajo y sacrificio quienes han sido un pilar fundamental dentro de mi crecimiento personal y profesional. A la memoria de mis abuelitos Luis Espin y Olga Baño, quienes con su guía y su protección me ha acompañado durante toda mi vida y han sido una inspiración para triunfar y alcanzar cada una de las metas propuestas. A mi novio Ivan Buenaño por su amor incondicional y soporte en cada momento de mi carrera universitaria. de A mis hermanos, tíos y primos por su apoyo al estar siempre presentes, siendo partícipes de mis logros alcanzados en el transcurso de mi vida.

¡Este logro es de ustedes!

Jenifer Nataly Espin Serrano.

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a la Facultad de Contabilidad y Auditoría por abrirme sus puertas y permitirme lograr formarse profesionalmente en esta prestigiosa carrera. A mi estimado tutor, Dr. Santiago Flores, por brindarme su valiosa colaboración, orientación y tiempo en el desarrollo de este trabajo investigativo. A los docentes de la Universidad Técnica de Ambato, por su paciencia por sus enseñanzas y por sus valiosos conocimientos. Agradezco a mi familia por ser el soporte en mi vida para alcanzar esta meta, por su ayuda y apoyo incondicional.

Jenifer Nataly Espin Serrano.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “LOS BENEFICIOS E INCENTIVOS TRIBUTARIOS PARA EL IMPULSO DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”.

AUTORA: Jenifer Nataly Espin Serrano

TUTOR: Dr. Santiago Xavier Flores Brito

FECHA: Noviembre del 2021

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de los beneficios e incentivos tributarios en el impulso del sector turístico. Para lo cual se plantea la descripción de los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a la actividad turística de la provincia de Cotopaxi, diagnosticar el impulso sectorial de la industria y determinar la relación entre las variables de estudio. Para ello se estructuró un indicador de la magnitud en la que las empresas han sido beneficiadas mediante una asignación de ponderaciones a un número específico de preguntas dispuestas en un cuestionario. Por otro lado, se estructuraron cuatro indicadores del impulso sectorial, considerando como dimensiones la competitividad, rentabilidad, productividad y crecimiento empresarial. Igualmente, se empleó una serie de ponderaciones para cuantificar la competitividad a partir de un conjunto de preguntas establecidas en un cuestionario. Finalmente, se estimó el coeficiente de correlación entre el indicador ponderado de los beneficios tributarios y el índice ponderado de competitividad, el margen neto de rentabilidad, el indicador de productividad y el crecimiento empresarial. Finalmente, se determinó que existe relación entre los beneficios tributarios y el impulso sectorial de las empresas del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

PALABRAS DESCRIPTORAS: BENEFICIOS, INCENTIVOS, TRIBUTOS, TURISMO, COMPETITIVIDAD.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDITING CAREER

TOPIC: “THE BENEFITS AND TAX INCENTIVES IN THE PROMOTION OF THE TOURIST SECTOR IN THE PROVINCE OF COTOPAXI”

AUTHOR: Jenifer Nataly Espin Serrano

TUTOR: Dr. Santiago Xavier Flores Brito.

DATE: November 2021

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the impact of tax benefits and incentives in promoting the tourism sector. For which the description of the benefits and tax incentives directed to the tourist activity of the province of Cotopaxi is proposed, to diagnose the sectorial impulse of the industry and to determine the relationship between the study variables. For this, an indicator of the magnitude in which the companies have benefited was structured by assigning weights to a specific number of questions arranged in a questionnaire. On the other hand, four indicators of the sector tax were structured, considering competitiveness, profitability, productivity and business growth as dimensions. Likewise, a series of weightings were used to quantify competitiveness from a set of questions established in a questionnaire. Finally, the correlation coefficient between the weighted indicator of tax benefits and the weighted competitiveness index, the net profit margin, the productivity indicator and business growth were estimated. Finally, it was determined that there is a relationship between tax benefits and the sector boost of companies in the tourism sector in the province of Cotopaxi.

KEYWORDS: BENEFITS, INCENTIVES, TAXES, TOURISM, COMPETITIVENESS.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
CAPÍTULO I.....	1
1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	1
1.1.2 Justificación metodológica.....	4
1.1.3 Justificación práctica.....	4
1.1.4 Formulación del problema	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo general.....	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
CAPÍTULO II.....	6

2	MARCO TEÓRICO	6
2.1	Revisión literaria	6
2.1.1	Antecedentes investigativos	6
2.1.2	Fundamentos teóricos.....	15
2.2	Hipótesis.....	31
	CAPÍTULO III.....	33
3	METODOLOGÍA	33
3.1	Recolección de la información	33
3.2	Tratamiento de la información	35
3.3	Operacionalización de las variables	40
3.3.1	Variable independiente.....	40
3.3.2	Variable dependiente.....	41
	CAPÍTULO IV	43
4	RESULTADOS.....	43
4.1	Resultados y discusión	43
4.1.1	Análisis de los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi	43
4.1.2	Análisis del impulso sectorial de la industria turística de la provincia de Cotopaxi.....	52
4.2	Verificación de hipótesis	62
	CAPÍTULO V.....	65
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
5.1	Conclusiones.....	65
5.2	Recomendaciones	66
6	BIBLIOGRAFÍA.....	68
7	ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Incentivos tributarios a nivel mundial.....	2
Tabla 2. Beneficios e incentivos tributarios aplicables para el sector turístico.....	21
Tabla 3. Ponderaciones del indicador cuantitativo de beneficios e incentivos tributarios	35
Tabla 4. Ponderaciones del indicador cuantitativo de competitividad.....	36
Tabla 5. Beneficios e incentivos tributarios	40
Tabla 6. Impulso al sector turístico	41
Tabla 7. Deducciones de costos y gastos de publicidad y promoción	44
Tabla 8. Deducción pagos al exterior.....	45
Tabla 9. Exención del impuesto a la renta	46
Tabla 10. Exención de impuestos que gravan actos societarios.....	47
Tabla 11. Exoneración de los impuestos que gravan la transferencia de bienes inmuebles	48
Tabla 12. Crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos.....	49
Tabla 13. Diferimiento de pago del IVA e impuesto a la renta	50
Tabla 14. Grado de educación del gerente y toma de decisiones.....	52
Tabla 15. Experiencia en el mercado y conocimiento de competidores	54
Tabla 16. Programas de capacitación y evaluación del desempeño.....	55
Tabla 17. Situación económica del país y factores políticos-legislativos.....	56
Tabla 18. Rentabilidad de la actividad económica y normas legales y tributarias....	58
Tabla 19. Administración financiera y gestión precio	59
Tabla 20. Calidad total y cambios tecnológicos.....	60
Tabla 21. Competitividad, crecimiento empresarial, margen neto de rentabilidad y productividad.....	61
Tabla 22. Contraste de normalidad de Shapiro – Wilk	63
Tabla 23. Coeficiente de correlacion de Pearson y Sperman.....	63
Tabla 24. Análisis de correlación de los indicadores de impulso y beneficios e incentivos tributarios del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Deducciones costos y gastos de publicidad y promoción	44
Gráfico 2. Deducción pago al exterior	45
Gráfico 3. Exención del impuesto a la renta	46
Gráfico 4. Exención de impuestos que gravan actos societarios.....	47
Gráfico 5. Exoneración de los impuestos que gravan la transferencia de bienes inmuebles	48
Gráfico 6. Crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos.....	49
Gráfico 7. Diferimiento de pago del IVA e impuesto a la renta	50
Gráfico 8. Indicador de beneficios e incentivos tributarios	51
Gráfico 9. Grado de educación del gerente y toma de decisiones.....	53
Gráfico 10. Experiencia en el mercado y conocimiento de competidores	54
Gráfico 11. Programas de capacitación y evaluación del desempeño.....	55
Gráfico 12. Situación económica del país y factores políticos-legislativos.....	57
Gráfico 13. Rentabilidad de la actividad económica y normas legales y tributarias	58
Gráfico 14. Administración financiera y gestión precio	59
Gráfico 15. Calidad total y cambios tecnológicos.....	60
Gráfico 16. Competitividad, crecimiento empresarial, margen neto de rentabilidad y productividad.....	61

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

1.1.1 Justificación teórica

El sector turístico es uno de los que posee mayor capacidad de crecimiento y generación de rentas para las economías latinoamericanas, razón por la cual el análisis de las diferentes estrategias de estímulo a su desarrollo es de interés para el ámbito político y académico. En el caso de Colombia, por ejemplo, la industria ha adquirido fortalecimiento como una alternativa de emprendimiento, como resultado de la presencia institucional del gobierno, la planeación estratégica y la regulación pertinente de la economía, lo que ha generado un aumento de los ingresos en la balanza de pagos por dicho concepto (Benavides, 2015). En este sentido, las políticas de incentivos tributarios podrían implicar una mejora de las condiciones en las que el sector se encuentra, motivo por el cual se reconoce la necesidad de evaluar la efectividad de su implementación.

La actividad turística representa uno de los principales ingresos para las economías a nivel mundial, debido a la capacidad que tiene de impulsar otras actividades productivas tales como el transporte, la construcción, entre otros, generando fuentes de empleo, tanto directas como indirectas. Para García, Vargas, & Restrepo (2020) el turismo posee un gran impacto en la economía, dado que promueve el mejoramiento de los diferentes espacios turísticos priorizando la protección del medio ambiente. En este sentido, el aspecto tributario tiene un rol importante dentro del sector, debido al aporte de recaudación que es capaz de generar, y el desarrollo que promueve a partir de la generación de trabajo, repercutiendo así en el poder adquisitivo de las personas y su calidad de vida. De allí el interés por estimular este sector para la creación de valor, no solo a nivel local, sino también a nivel nacional a través de políticas públicas y trabajando de la mano con el sector privado.

El turismo se ha consolidado como un sector clave para el desarrollo financiero tanto para las empresas y microempresas. Como consecuencia la legislación ecuatoriana ha implementado diversos beneficios e incentivos tributarios para impulsar al sector. La industria turística en Ecuador ha crecido con rapidez en los últimos años, razón por la cual se han realizado múltiples cambios en las políticas tributarias, facilitando a las empresas que se dedican al turismo obtengan mayores ingresos, así mismo ha generado un incremento en la recaudación tributaria, es así como en el 2018 el país ocupó el cuarto lugar en la generación de divisas (Sánchez & Hablich, 2018). En definitiva, las empresas turísticas son capaces de minimizar su carga tributaria a través de los beneficios e incentivos tributarios que se le otorgan.

A nivel mundial los incentivos tributarios son el eje fundamental en el cuerpo legal de cada país donde la mayoría está encaminada al desarrollo de zonas deprimidas. Al realizar un análisis a 137 países de las diferentes regiones del mundo se pudo concluir que en América Latina y el Caribe, Asia Meridional, Asia Oriental y Pacífico tienen el mayor porcentaje en la aplicación de exoneraciones temporales de impuestos y exenciones (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2019). Los resultados de la descripción anterior se presentan en la tabla 1 a continuación.

Tabla 1. Incentivos tributarios a nivel mundial

Región	Número de países analizados	Exoneración temporal de impuestos/exenciones	Tasa impositiva reducida	Deducción crédito fiscal por inversiones	Exención/reducción del Iva	Incentivo tributario para I+D
Asia Oriental y el Pacífico	12	92	92	75	75	83
Europa Oriental y Asia Central	16	75	31	19	94	31
América Latina y el Caribe	24	75	29	46	58	13
Oriente Medio y Norte de África	15	73	40	13	60	0
OCDE	33	21	30	61	79	76
Asia Meridional	7	100	43	71	100	29
África Subsahariana	30	60	63	73	73	10

Fuente: CEPAL (2019)

Elaborado por: Jenifer Espin

Los países en vías de desarrollo buscan captar inversiones extranjeras para impulsar determinados sectores a través de la implementación de los incentivos fiscales. En el estudio realizado por Rodríguez (2019) se identificó que, los empresarios realizaron inversiones en los diferentes sectores del Ecuador a partir de la reforma tributaria donde se establecen beneficios e incentivos fiscales, teniendo resultados favorables. Es decir, en el año 2018 la Inversión Extranjera Directa (IED) se incrementó significativamente a \$1400 millones a diferencia de los años 2016 y 2017 donde la inversión llegó a los \$611 millones y \$755 millones respectivamente. Un ejemplo es la exoneración del impuesto a la renta por la realización de inversiones en zonas fuera de la ciudad de Quito y Guayaquil. En este sentido, se aprecia la necesidad de establecer criterios valorativos que permitan comprobar la existencia de relación entre el ejercicio de los incentivos y el desarrollo del sector turístico en el país.

A nivel mundial, el turismo es considerado como una actividad con alto potencial para la atracción de divisas, en gran parte por el desarrollo económico que promete. En el caso de Bolivia el fisco ha promulgado incentivos tributarios para mejorar su competitividad a nivel internacional en materia turística. Por esta razón, el sector ha reflejado un mayor flujo de visitas al país, el mismo que ha sido asociado a la exoneración del impuesto al valor agregado. Cabe señalar que los empresarios se han visto en la necesidad de mejorar la infraestructura en hoteles como en los atractivos turísticos; como consecuencia han generado plazas de trabajo de manera directa e indirecta (Ticona, 2017). El definitiva, el trabajo en conjunto con el fisco y el sector privado coadyuvan a la expansión de actividades relacionadas con el turismo así incrementando el aporte monetario en el país, por ello la importancia de analizar los incentivos tributarios que están establecidos para el turismo debido a la gran influencia en el crecimiento económico, generación de empleo e inversiones.

El turismo es una de las actividades económicas con mayor crecimiento en el mundo, razón por la cual los gobiernos de los países desarrollados y subdesarrollados le han apostado a este sector, implementando incentivos para mejorar esta industria. En la investigación de Leguizamón (2019) se afirma que los incentivos tributarios han potenciado el sector hotelero en Colombia, fortaleciendo la competitividad y mejorando la calidad de alojamiento. Con esto se ha evitado la práctica irregular de

hotelería paralela, lo que ha representado una disminución del gasto tributario del estado. Por lo tanto, se considera oportuno el análisis de los incentivos económicos en el sector turístico, si los mismos son lo suficientemente atractivos para los inversionistas, con el fin de conocer el impacto en la economía.

1.1.2 Justificación metodológica

Para la realización del presente trabajo de investigación se dispone de acceso a recursos bibliográficos y documentales dispuestos en las bibliotecas virtuales como: E- Libro, Science Direct, además se dispone de accesibilidad al marco legal que regula la actividad turística en el país. De igual manera, para el desarrollo del presente trabajo de investigación se cuenta con el programa estadístico R-Studio, el cual no dispone de una licencia comercial y será de utilidad para determinar la correlación entre las variables de estudio. Por otra parte, se cuenta con acceso a los datos estadísticos de los estados financieros de todas las entidades que conforman el sector turístico registradas en la Superintendencia de Compañías. Asimismo, se trabajará con una población claramente identificable conformada por un total de 109.657 organizaciones radicadas en el Ecuador, de las cuales se analizará una muestra total de 21 empresas que efectúan actividades relacionadas con el turismo en la provincia de Cotopaxi. La fase de campo se desarrollará con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos como es la encuesta, la misma que comprenderá un conjunto de preguntas dicotómicas.

1.1.3 Justificación práctica

El presente estudio aportará con información teórica y empírica acerca de los distintos beneficios e incentivos tributarios existentes en la legislación ecuatoriana, para que las empresas dedicadas a la actividad turística identifiquen aquellas: deducciones, exoneraciones, diferimiento impositivo o crédito tributario que sean de mayor provecho para el impulso del turismo en la provincia de Cotopaxi. Por otro lado, la presente investigación servirá de fundamento para el lector o investigador que pretenda la profundización del análisis de la incidencia de los beneficios e incentivos tributarios en las distintas dimensiones del impulso sectorial como son: la competitividad, la rentabilidad, la productividad o el crecimiento empresarial. Finalmente, la

investigación aportará con un punto de vista práctico que beneficia al estudiantado a pulir y ampliar su perfil profesional y horizonte académico, para aplicar todos los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas durante la carrera.

1.1.4 Formulación del problema

¿De qué manera inciden los beneficios e incentivos tributarios en el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi?

Variable independiente (Causa)

Beneficios e incentivos tributarios

Variable dependiente (Efecto)

Impulso del sector turístico

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar el impacto de los beneficios e incentivos tributarios para el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

1.2.2 Objetivos específicos

- Describir los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi.
- Diagnosticar el impulso sectorial de la industria turística de la provincia de Cotopaxi.
- Determinar la relación de los beneficios e incentivos tributarios y el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión literaria

2.1.1 Antecedentes investigativos

En relación con los beneficios e incentivos tributarios establecidos en la legislación ecuatoriana, y determinados para los diferentes sectores económicos especialmente para la industria turística, se intuye un marcado beneficio para el impulso económico de un sector. Por ejemplo, la industria turística evidenció un crecimiento en dicho sector a través de los años, es decir es la tercera fuente de ingresos no petroleros del país después del banano y camarón, contribuyendo con US\$ 2.288 millones de dólares en el año 2019 (2,2% del PIB). En este sentido, se reconoce también la prevalencia de un número considerable de incentivos tributarios que el gobierno ecuatoriano ha dirigido a esta actividad, por lo que no es de extrañar que estas políticas podrían explicar la dinámica de crecimiento anteriormente expuesta. A continuación, se realiza un análisis de las diversas investigaciones que engloban el tema desde varios autores para esclarecer las variables de la presente investigación.

Por su parte, Rodas & Rumipulla (2018), previa a la obtención del título de licenciado en Contabilidad y Auditoría en la Universidad del Azuay realizó un estudio titulado “Aplicación de incentivos tributarios y su impacto en el desempeño financiero de las empresas del sector manufacturero y de comercio del Ecuador”, el cual tuvo como objetivo analizar el impacto que causan los incentivos sobre el desempeño financiero de las empresas en los sectores anteriormente mencionados. Para ello, se examinó información financiera de 22.700 empresas de los sectores mencionados anteriormente. Además, se aplicó una metodología cuantitativa de enfoque descriptivo, con información extraída de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, permitiendo el análisis del desempeño a través de ratios financieros. La investigación demostró que las organizaciones del sector manufacturero y comercial que emplean los incentivos tributarios son más líquidas; como consecuencia obtienen fondos suficientes para cumplir con sus adeudos a corto plazo. Asimismo, se evidenció

que las empresas disminuyeron su carga tributaria como resultado de la aplicación de dichos incentivos, generando también un desempeño satisfactorio en la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) y rentabilidad sobre los activos (ROA).

El estudio realizado por Matute & Quevedo (2017) titulado “Incentivos tributarios a las operadoras de turismo en la provincia de Santa Elena” tuvo como objetivo fue analizar los incentivos tributarios que se imponen a las operadoras de turismo de dicho sector. Asimismo, la investigación se realizó con una población de 199 organizaciones utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa-cualitativa, deductiva, bibliográfica y de campo, con uso de la encuesta y la entrevista. Al finalizar el estudio se concluyó que el desarrollo de la industria mantiene una estrecha relación con los incentivos tributarios ejercidos sobre el sector como devoluciones, exenciones u otros, lo que generó un aumento de la inversión turística en la provincia de Santa Elena. De esto se reconoció que la tasa de crecimiento de las recaudaciones tributarias globales y del sector turismo presentó una tendencia alcista al igual que los ingresos de las operadoras turísticas con crecimientos de las recaudaciones tributarias del 20% y del 43% durante los años 2016 y 2017, mientras que los ingresos de las operadoras se incrementaron en el mismo período en un 22% y en un 20% respectivamente.

Paredes (2018), previa a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, realizó un estudio titulado “Los beneficios tributarios y el impuesto a la renta de las sociedades designadas como contribuyente especial de la ciudad de Ambato”, cuyo objetivo fue analizar cómo impactan los beneficios tributarios en el pago de Impuesto a la Renta. Además, el trabajo de investigación se realizó con una muestra de un total de 16 sociedades designadas como contribuyentes especiales. La metodología planteada fue de enfoque cuantitativo y cualitativo, determinándose, como instrumento de recolección de información, a la encuesta. Al finalizar el estudio, se concluyó que los Contribuyentes Especiales, acorde con su declaración del impuesto a la renta, han utilizado un 17,7% como beneficios o incentivos tributarios; es decir, alcanzaron un ahorro fiscal de \$340.454,02 dólares, siendo el más utilizado los ingresos exentos. Los contribuyentes pudieron acceder a 13 beneficios tributarios, 24 incentivos y 12 considerados como beneficios e incentivos a la vez, los mismos que son descritos en la Ley Orgánica de

Régimen Tributario Interno (LORTI). Finalmente, la investigación encontró que la inexistencia de una adecuada planeación tributaria desfavorece significativamente a los contribuyentes, debido a que no les permitiría considerar nuevas alternativas de ahorro en impuestos.

Por otro lado, Guerrero & Sandoval (2018) con el tema “Aplicación de incentivos tributarios del impuesto a la renta en pequeñas empresas comerciales del sector norte del distrito metropolitano de Quito” tuvo como objetivo conocer y analizar el conocimiento y la frecuencia en la aplicación de incentivos tributarios del impuesto a la renta en las pequeñas empresas comerciales. El estudio trabajó con una muestra de 82 empresas registradas en la base de datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. La metodología tuvo un enfoque cualitativo, considerando como instrumento de recolección de datos la encuesta. Finalmente, los autores concluyen que este grupo de contribuyentes, en su mayoría, conocen acerca de los incentivos tributarios a los cuales podrían acogerse. Además, se determinó que se obtuvo una reducción en la base imponible del impuesto a la renta para su cálculo, lo que quiere decir que, en parte, estos incentivos fueron de ayuda para reducir la carga impositiva en el periodo fiscal 2018.

Zhangallimbay & Arroba (2017), en su artículo de investigación titulado “Beneficios e incentivos tributarios y su influencia en la liquidez económica empresarial: Maqsum Cía. Ltda.”, tuvo como objetivo analizar el impacto de los beneficios e incentivos tributarios en la liquidez económica empresarial. Para ello, se consideró como unidad de investigación a la empresa Maqsum Cía. Ltda., dedicada a la venta al por mayor de materiales de construcción. La metodología planteada fue de enfoque cualitativo, debido a que se realizó una entrevista a las personas involucradas con la información y áreas relacionadas a la tributación. De acuerdo con los resultados obtenidos, estos indican que, al aplicarse un ajuste a los estados financieros implementándose los incentivos tributarios, se determinó un aumento en la liquidez corriente. Además, concluye, que la administración tributaria en el Ecuador posee una ineficaz divulgación de la normativa, asimismo, los cambios permanentes en la legislación conllevan a los representantes de las compañías a perder cierto interés en concretar dichos incentivos.

Seguido, Vidal (2017), previa a la obtención del título magister en administración tributaria en la Universidad de Cuenca, realizó un estudio titulado “Análisis y evaluación de la aplicación de los incentivos tributarios contenidos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en las empresas de la provincia del Azuay” que tuvo como objetivo analizar el adecuado uso de los beneficios tributarios establecidos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) con respecto al impuesto a la renta. Para ello se trabajó con una población 3.724 empresas y con una muestra de 241 organizaciones. El autor concluyó que los incentivos más utilizados fueron los de carácter general, por ejemplo: la reducción de un punto porcentual de la tarifa del impuesto a la renta por año y la exoneración de pago del anticipo del impuesto a la renta. Finalmente, el estudio encontró que el promedio nacional de los gastos tributarios generados por la utilización de incentivos se encuentra en el orden del 5,8% del total de la recaudación y del 0,71% del PIB.

La investigación realizada por Calvache & Cajiao (2017) titulada “Incentivos tributarios de la última década y sus beneficios a las personas jurídicas y al Estado” tuvo como objetivo analizar la incidencia de las políticas tributarias en el Ecuador, en especial las que se refieren a incentivos dados a las personas jurídicas en busca de reactivar la economía del país. El estudio concluye que, durante la última década, se realizaron 22 reformas tributarias, creando 68 incentivos distribuidos en el impuesto a la renta, en el impuesto al valor agregado (IVA), en impuestos a los consumos especiales (ICE), en el impuesto a los vehículos motorizados, y en el impuesto ambiental y de salida de divisas. Cabe mencionar que el 82% de los incentivos tributarios beneficiaron a las personas jurídicas, principalmente en el pago del impuesto a la Renta por las reducciones y exenciones dirigidas a este y a su anticipo. Finalmente, el autor menciona que la creación de los beneficios fiscales tuvo como finalidad principal reducir la evasión y el fraude fiscal.

En el estudio de Peña (2018) titulado: “Comparativo de incentivos turísticos por países latinoamericanos en materia tributaria” se estableció como objetivo de investigación realizar un análisis comparativo de los incentivos económicos que conceden los diferentes países a nivel latinoamericano a potenciales inversionistas nacionales y

extranjeros del sector turístico. El estudio se realizó a 7 países de Latinoamérica como: Costa Rica, Panamá, Venezuela, República Dominicana, Ecuador, Nicaragua y Colombia. Además, se concluyó que el turismo ha cobrado una gran importancia en el crecimiento económico y el aporte al PIB, es por ello que cada gobierno de Latinoamérica y del resto del mundo ha optado por impulsar dicho sector con diversos incentivos tributarios. Por ejemplo, en Colombia, a comparación de los países de estudio, se evidenció que los incentivos tributarios están directamente vinculados con el impuesto a la renta y el impuesto al valor agregado; sin embargo, el turismo engloba otros impuestos que a menudo son ignorados por el estado como el impuesto predial, impuesto a la industria y comercio entre otros, que impactan los resultados de los negocios dedicados a esta industria.

Por otro lado, Leguizamón (2019) en su investigación titulada “Estímulos tributarios y hotelería en Colombia” tuvo como objetivo analizar los impactos de las disposiciones fiscales y tributarias en la operación y la gestión del sector de alojamiento. El estudio se realizó a 2.732 empresas del sector hotelero considerando una estratificación muestral acorde al tamaño empresarial. Se concluyó que con los incentivos decretados por el Estado favorecieron al sector hotelero, logrando su principal objetivo de incentivar la inversión en infraestructura habitacional, destinada a servicios de alojamiento. Se apreció también que los estímulos tributarios establecidos por la Ley 788 de 2002, particularmente la exención del impuesto a la renta propició un crecimiento inédito de la oferta habitacional en los principales destinos turísticos del país. Dichos estímulos atraieron inversionistas para el sector. Sin embargo, el cambio realizado en un impuesto indirecto como el IVA afectó a las utilidades resultantes de la operación hotelera.

El trabajo realizado por Yaguache, Higuerey & Inga (2019) denominado “Incentivos fiscales, liquidez y solvencia en las empresas del Ecuador” tuvo como objetivo principal determinar la incidencia del incentivo en la liquidez y solvencia en las empresas ecuatorianas, tomando en consideración el decreto 210 de Rebaja del saldo del Anticipo del Impuesto a la Renta. El estudio concluye que los incentivos fiscales conllevan a que las empresas se beneficien de una manera directa, ya que, al no pagar impuestos, la liquidez se incrementa, contándose así con más recursos para hacer frente

a los pasivos de las organizaciones del sector. Por otra parte, la solvencia de las compañías se mejora, ya que disminuye, en una cantidad importante, los pasivos por impuesto a la renta. En este sentido, la rebaja del saldo del tributo incidió positivamente en el crecimiento de la industria al proporcionar a las instituciones una adecuada mejora en el flujo de efectivo, a la vez que se impulsó su mejoría financiera, ya que estas podrán disponer de recursos para ser reinvertidos en la adquisición de activos.

En la misma línea de estudio Pastor (2016), en su publicación titulada “La fiscalidad del turismo desde una perspectiva internacional”, tuvo como objetivo analizar la financiación pública del turismo mediante la exacción tributaria a través de los preceptos de la teoría económica de la imposición, examinando la tributación turística internacional desde la perspectiva de los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo (OCDE). La investigación se basó en los 37 países que conforman la OCDE. Al finalizar el trabajo de investigación menciona que el turismo es un sector preponderante que aporta con valor añadido a la economía y además contribuye a los ingresos tributarios en los países en general, y apoya la inversión pública en el desarrollo turístico, contemplando como prioridad los procesos de atención a los turistas, la protección del medio ambiente, el fomento del gasto por parte de los visitantes, la generación de empleos, así como la financiación de actividades de promoción y publicidad.

En el estudio realizado por Vargas, Obregon & Rojas (2018) titulado “Beneficios tributarios para los servicios hoteleros y ecoturísticos, con énfasis en el Departamento del Caquetá”, tuvo como objetivo analizar los incentivos tributarios y el grado de conocimiento que tienen sus propietarios y administradores en materia tributaria. De igual forma, se realizó un muestreo entre los hoteles y balnearios más representativos de Florencia en el departamento de Caquetá. Al terminar con su publicación, se estipuló que los principales incentivos tributarios para el sector son: exención para los servicios ecoturísticos por 20 años, exención a título de renta para los hoteles que remodelen o amplíen su infraestructura y la deducción del 40% para las inversiones en activos fijos productivos. Además, se evidenció que el sector con menor rentabilidad es el hotelero, y paradójicamente es uno de los que tienen mayores beneficios en

materia tributaria como resultado del desconociendo de las normas y por la carencia de una adecuada planeación tributaria, dificultando la toma de decisiones dentro de las empresas.

En la investigación publicada por Benavides (2015) titulada “Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano” se abordan elementos clave de la política turística establecida por Colombia durante la última década. Se concluye que la política tributaria está encaminada al progreso turístico contando con diversos beneficios para las organizaciones que desempeñen esta actividad como son: créditos, exenciones y subvenciones entre otros, pero estas políticas se contraponen con varios desafíos para que puedan desarrollarse a plenitud. Además, el gobierno ha creado diferentes instrumentos de apoyo al sector, por ejemplo: incentivos tributarios para el fomento de la actividad, la contribución parafiscal y el Fondo de Promoción Turística para el manejo de los recursos recaudados por la contribución y el Registro Nacional de Turismo.

Desde el punto de vista de Álamo (2017), en su investigación titulada: “La importancia del sector turístico y una fiscalidad adecuada al mismo” se realizó un análisis jurídico de los principales impuestos, directos e indirectos, que afectan a la actividad turística, con el objetivo de conocer si las normas tributarias actuales recogen las características propias de las empresas turísticas, a la vez que garantizan la aplicación de los principios básicos de tributación. Concluye con su investigación estipulando que el gobierno español ha otorgado incentivos fiscales para todo el sector empresarial sin determinar sus características y necesidades, donde el sector turístico no dispone de un régimen en específico, sino que debe regirse a las normas tributarias en general. Además, la legislación española posee varias inconsistencias que retrasa el crecimiento económico de las mismas, es decir, todas las empresas turísticas están sujetas al Impuesto sobre Actividades Económicas, pero no todas cuentan con una tarifa en determinada, razón por la cual deben tributar con una tarifa congruente con su actividad.

En la investigación realizada por Molina (2019) con el tema “Los incentivos tributarios previstos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión” se señala

que los incentivos fiscales disminuyen parcialmente la carga tributaria de los contribuyentes, además estimulan el cumplimiento oportuno de las obligaciones fiscales evitando la elusión tributaria. En el caso de la disminución del impuesto a la renta, este ha impulsado la inversión en los principales sectores económicos como: el turismo, comercial, productivo, entre otros. Asimismo, señala que los incentivos tributarios disminuyen, en cierta parte, los ingresos fiscales donde, para mantenerse en un nivel estable con respecto al gasto público, el Estado recurre al aumento de los tributos en otros sectores económicos.

La investigación de Gudkov, Dedkova & Dudina (2017) titulada “Tax incentives as a factor of effective development of domestic tourism industry in Russia” tuvo como objetivo proponer medidas concretas de estímulo fiscal de la industria del turismo nacional en Rusia para garantizar un crecimiento positivo considerable del mercado turístico nacional. En este artículo los métodos de investigación fueron teóricos y empíricos, se estudió las peculiaridades del desarrollo de la industria del turismo nacional y se examina la necesidad de incentivos fiscales para su desarrollo efectivo. Se demostró que el turismo local obtuvo un mayor flujo de vistas, por ello las operadoras turísticas se han beneficiado de los incentivos tributarios, ya que han cumplido con los requisitos propuestos por el Estado, como consecuencia han tenido un efecto favorable en diversos aspectos como el aumento en las plazas de empleo, mejoras en la infraestructura, crecimiento en los ingresos para el estado y mejoras en el nivel de vida para los ciudadanos. Finalmente, el estudio derivó en diferentes propuestas para aumentar la industria, por ejemplo, la aplicación de una tasa del 0% de IVA en el transporte destinado al turismo.

Por otra parte, Munyanyi & Chiromba (2019), con el tema “Incentivos fiscales y expansión de las inversiones: la industria del turismo en Zimbabue”, tuvieron como objetivo determinar si los incentivos fiscales introducidos por el gobierno en la industria del turismo tenían algún impacto en el crecimiento social y del capital económico. Además, la investigación se realizó con una muestra de 80 representantes de las operadoras turísticas, para ello, se contó con una metodología con enfoque cualitativo. Los autores mencionaron que las operadoras turísticas experimentaron un aumento en la inversión extranjera directa (IED) de un 30% debido a la adecuada

disponibilidad de información sobre los incentivos dirigidos a esta industria. Sin embargo, los incentivos tributarios dirigidos al sector turístico benefician a las empresas en el corto plazo, mientras que las inversiones requieren beneficios a largo plazo.

En la misma línea de estudio, Toy & Mak (2017), en su publicación titulada “Tax Incentives in Tourism: Hawaii’s Hotel Remodeling and Construction Tax Credits”, sostuvieron que los incentivos tributarios otorgados al sector hotelero se aplicaron de manera eficaz de forma que coadyuvaron a la remodelación de sus activos, construcción de infraestructura, generación de empleo para los residentes y al establecimiento de una tarifa moderada. Cabe señalar que la mayoría de los créditos fiscales fueron concedidos a nueve corporaciones de la región, suponiendo un direccionamiento de recursos de aproximadamente 145,5 millones de dólares. Además, la concesión de incentivos fiscales es una forma en que el gobierno puede inducir la inversión privada para generar renovación en infraestructura y generación de empleo en el sector hotelero.

La investigación de Nikolaevna (2017) con el tema “Taxation as a Tool of Improvement of Competitiveness of Small Enterprises in the Sphere of Tourism” tuvo el objetivo de detectar las características específicas de la tributación en la esfera del turismo en Rusia. El autor, al terminar el estudio, concluyó que las operadoras de turismo ruso pueden reducir su tarifa en los servicios prestados como resultado de los incentivos fiscales por la disminución de la carga tributaria, así las empresas pueden ser más competitivas en el mercado. Es decir, en las entidades del sector turístico, se evidenció que se mantienen con una carga fiscal en un régimen común del 74,5% al 83,2%, pero con la aplicación de incentivos, la carga tributaria disminuye de un 49% a 58%. Adicionalmente, el fisco estableció el 10% en el IVA y la devolución de impuestos con el propósito de incrementar el flujo de turistas en el país.

Según Namagonya (2019), en su investigación titulada “An evaluation of the law in relation to tax incentives in the tourism sector in Malawi”, tuvo como objetivo evaluar las disposiciones legales sobre los incentivos fiscales que operan actualmente en la industria del turismo, por otro lado, la metodología y la estrategia de investigación

adoptadas en este estudio son principalmente de naturaleza cualitativa. Gracias a los métodos aplicados se llegó a concluir que los incentivos tributarios en el sector turístico facilitan a los empresarios a invertir en el país; es decir, los inversionistas se benefician de algunos incentivos como la exención del impuesto al valor agregado, libre de importación y de impuestos especiales al consumo entre otros. Sin embargo, en el transcurso de los años, la entrada de la inversión extranjera directa (IDE) se ha incrementado por otros factores como la estabilidad económica y política, además el principal propósito de los empresarios es conseguir mayor utilidad por concepto de sus inversiones.

2.1.2 Fundamentos teóricos

2.1.2.1 Política fiscal

La política fiscal es la encargada de administrar los recursos que posee el estado con el objetivo de incrementar y estabilizar el sector económico. “La política fiscal es el conjunto de decisiones que afectan el nivel o la composición del gasto público, así como el peso, estructura o formación de los pagos impositivos” (Córdoba, 2017, pág. 10). La política fiscal maneja de manera eficiente los ingresos y gastos, además contribuye en la gestión de la deuda pública de forma que controla la distribución de la riqueza con el fin de mantener una economía progresiva en niveles de precios en el mercado, productividad, renta nacional y el pleno empleo (Siguenza, y otros, 2020). En definitiva, son medidas que el gobierno utiliza para obtener una adecuada recaudación fiscal y proteger la economía ante procesos recesivos o depresivos.

La política fiscal es la principal herramienta para la economía de un país, asimismo, está vinculada con los niveles de recaudación tributaria coadyuvando a los ingresos del Estado de modo que se pueden financiar los gastos públicos. Según Córdoba (2017) la política fiscal es sustentada por la intervención en la economía ejercida por el Estado, procurando los siguientes objetivos:

- ✓ El acatamiento de la asignación impuesta por el mercado para con los recursos,
- ✓ La redistribución de la riqueza y la renta,

- ✓ El equilibrio de la capacidad de adquisición de la moneda y su paridad a nivel internacional,
- ✓ El aumento de trabajo digno, productividad y demanda,
- ✓ El crecimiento económico,
- ✓ El equilibrio territorial.

Derivado de ello, los objetivos de la política fiscal están direccionados a activar el crecimiento económico, además contribuyen con un apropiado uso de los recursos del Estado.

De acuerdo con la situación económica del país, los gastos e ingresos juegan un papel fundamental en la política fiscal. De acuerdo con Tucker (2002), la política fiscal expansiva consiste “en un incremento deliberado del gasto público, una disminución deliberada de los impuestos o alguna combinación de esas dos opciones” (p. 340). Esta política se empleará en caso de que el país esté atravesando un decrecimiento en la economía. Según Tucker (2002), la política fiscal restrictiva o contractiva “es una disminución deliberada del gasto del gobierno, un aumento deliberado de impuestos o alguna combinación de esas dos opciones” (p. 340), esta política se empleará cuando la economía de un país esté en constante crecimiento.

2.1.2.2 Política tributaria

El término política tributaria hace referencia al establecimiento de la carga impositiva, que presenta diferentes modelos o sistemas de funcionamiento según las decisiones y necesidades de dicho país. Los autores Sánchez y Fernández (2018) definen a “la política tributaria como el conjunto de normas y leyes de recolección de los impuestos de una nación para la promoción y cumplimiento de los objetivos sociales y económicos de dicha nación” (p. 244). En otras palabras, la política tributaria de un país se establece a través de la carga impositiva para los diversos sectores, es decir, se determina de qué forma se distribuirá y qué tributos son más beneficiosos, además, para su aplicación, es necesario conocer el destino de dichos impuestos para el desarrollo de la sociedad (Mejía, Pino, & Parrales, 2019).

La política tributaria influye directamente en la distribución de la carga impositiva directa e indirecta de manera que debe estar orientada con las metas y objetivos del Estado con el fin de solventar el gasto público. Con respecto a los objetivos de la política tributaria, Yangali (2020) menciona que dichos objetivos deben ser planteados en base a la atención de cuatro determinadas situaciones:

- ✓ La estructura funcional y formal de las medidas establecidas por un Estado para la obtención de ingresos netamente tributarios (régimen impositivo),
- ✓ La repartición sectorial, social y espacial del total de los impuestos (carga tributaria),
- ✓ El impacto de los tributos en comparación con el comportamiento de los sujetos pasivos,
- ✓ Dirección de los impuestos como una herramienta dinámica del Estado para fomentar e influir en el desarrollo de una nación.

2.1.2.3 Incentivos tributarios

Los incentivos tributarios son medidas legales que adopta la Administración Tributaria, los mismos que benefician directamente a las personas naturales y jurídicas que realizan alguna actividad económica. Desde el punto de vista de Villagómez (2016) los incentivos tributarios “se refiere a un estímulo que el sistema tributario concede y beneficia a ciertos productores, empresarios o personas que realicen alguna actividad económica reduciendo sus obligaciones tributarias” (p. 37). En definitiva, este tipo de incentivos tienen la capacidad de minimizar la carga tributaria a través de exenciones, deducciones, tasas reducidas y diferimiento con el objetivo de impulsar los diferentes sectores económicos de un país.

Desde ese punto, los incentivos tributarios se basan en una disminución de los impuestos donde el gobierno renuncia a una parte de la recaudación tributaria. De acuerdo con Ortega et al. (2018), los incentivos fiscales son herramientas del sistema tributario que se basan en exenciones, deducciones, créditos fiscales cuyo propósito es promover la producción, generación de empleo e inversiones. Asimismo, es primordial determinar su objetivo y qué sector va a ser beneficiado además de estar encaminado

con las metas de acuerdo con el sector económico. En este sentido, los incentivos estimulan la apertura de futuras inversiones tanto nacionales como extranjeras y con ello el desarrollo de las organizaciones.

Los incentivos tributarios en América Latina y el Caribe están orientados en el desarrollo de zonas deprimidas económicamente. Los incentivos fiscales son proporcionados a través de las leyes tributarias de cada Estado. Asimismo, para comprobar su efectividad los gobiernos deberán realizar seguimientos y evaluaciones periódicas. Es decir, cuando se otorgue un incentivo es indispensable analizar su costo-beneficio, además, los incentivos se han aplicado en varios países, y cada uno de ellos son utilizados con diferentes propósitos para el desarrollo de las regiones, de entre ellos destacan: aumentar la IED, generar empleo digno, la protección ambiental, estimular el crecimiento empresarial, entre otros (CEPAL, 2019).

2.1.2.3.1 Exenciones

La exención tributaria se la reconoce como el hecho de prescindir de alguna obligación de pagar un impuesto, misma que responde a un objetivo político o económico determinado del que se espera un resultado en específico por parte del Estado. El término se define como “aquel beneficio fiscal establecido en la ley en virtud del cual, incluso de efectuarse el hecho imponible, no se origina el requerimiento u obligación tributaria inicial, esto en congruencia de razones objetivas o subjetivas específicas” (Álvarez, 2010, pág. 124). Es así que el término hace mención a la renuncia tributaria establecida de forma legal con el ánimo de ejercer un accionar sobre las dinámicas y comportamientos de los agentes económicos para alcanzar una meta definida por el órgano gubernamental.

Se entiende por exención a la ventaja tributaria que tiene el sujeto pasivo, mediante la cual se lo exonera del pago total o parcial de un impuesto. De acuerdo con Fau (2011) la exoneración es la “eximición o excepción de impuestos donde el Estado busca estimular la inversión, liberando de carga impositiva a determinadas ramas de la producción” (p. 54). En relación con lo anteriormente citado, las exenciones son ciertos ingresos determinados por el cuerpo legal del Estado que la excluye de la base

imponible (Jorratt, 2017). En conclusión, son medidas legales cuyo propósito es la exclusión de un tributo que el Estado concede a ciertos contribuyentes, atribuyéndose como un incentivo de reducción de sus obligaciones tributarias (Paz & Cepeda, 2017).

2.1.2.3.2 Deducciones

Una deducción tiene como objetivo nivelar la carga tributaria de los contribuyentes, además de incentivar a los partícipes a desarrollar sus actividades económicas. Godoy & Greco (2006) define a las deducciones como “erogaciones que la ley tributaria admite descontar de los montos imposables por haberse incurrido en gastos para la obtención de ingresos imposables o por tratarse de sumas necesarias para el mantenimiento y obtención de los montos gravados” (p. 259). Las deducciones son normas autorizadas por el cuerpo legal del Estado, el cual se reduce de la base imponible para el beneficio de los contribuyentes en la declaración de sus impuestos con el propósito de optimizar los ingresos en las organizaciones (Jorratt, 2017). Es decir, las deducciones son parte de los incentivos tributarios, las cuales reducen parcialmente el pago de un impuesto.

2.1.2.3.3 Crédito tributario

Los sujetos pasivos tienen derecho a recuperar un monto en específico denominado crédito tributario, donde el mismo puede ser objeto de devolución después de cumplir con sus obligaciones tributarias. De acuerdo con Salazar (citado por Moya, 2017), el crédito tributario es “el monto que un contribuyente ha pagado en concepto de impuestos al adquirir un producto o insumo y que puede deducirlo ante el Estado al momento de realizar una venta” (p. 38). En conclusión, el crédito tributario es un monto a favor del contribuyente de manera que puede ser compensado en las siguientes declaraciones de impuestos o, a su vez, puede ser reclamado a la administración tributar.

2.1.2.3.4 Reducción de tasas

El término reducción de tasas es frecuente en el campo de la política tributaria, que consiste en una especie de estímulo para el cumplimiento de las obligaciones

tributarias de las empresas. El estudio de Jorrat (2017) menciona que “la reducción de tasas es la acción de disminución porcentual, es decir una tasa menor a la alícuota general aplicable a ciertas transacciones o sujetos” (p. 78). En síntesis, se puede apreciar que la reducción de tasas es una especie de estrategia del sistema tributaria de un Estado para comprometer y promover una mejor actitud a las empresas para cumplir con el pago de sus impuestos.

2.1.2.3.5 Diferimiento impositivo

El diferimiento impositivo es el aplazamiento o regazo del pago de algún tipo de impuesto en un periodo determinado por cuerpo legal del estado. Desde el punto de vista de Velasco (2019) señala que el diferimiento impositivo es una “medida fiscal destinada a mejorar la liquidez de las empresas, cabe indicar que corresponde al grupo de medidas relativas a la postergación en los períodos de pago de impuestos” (p. 38). El diferimiento impositivo es parte del gasto tributario que se determina por la postergación del pago al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias (Jorratt, 2017). En definitiva, el diferimiento impositivo es el retraso del pago de un impuesto, sin embargo, en algún momento establecido se deberá empezar a cumplir con dicha obligación fiscal.

2.1.2.4 Beneficios tributarios

Los beneficios tributarios son disminuciones impositivas efectuadas por el Estado que reduce la carga tributaria, cuyo propósito es favorecer a ciertos contribuyentes o actividades económicas. De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (2019) los beneficios tributarios “suponen la exoneración o una minoración del impuesto a pagar y cuya finalidad es dispensar un trato más favorable a determinados contribuyentes (causas subjetivas) o consumos (causas objetivas), además se fundamenta en razones de interés público, equidad y justicia social” (p. 5). En otro estudio realizado por Alva (2011) señala que los beneficios tributarios constituyen incentivos que son otorgados por el Estado como instrumentos de política fiscal, en función a variables como nivel de ingresos, tipo de actividad y zona geográfica, entre otras, dentro de un conjunto de decisiones que adopta el gobierno para conseguir sus objetivos económicos y sociale.

2.1.2.5 Beneficios e incentivos tributarios para el sector turístico.

De acuerdo con la normativa legal vigente en el Ecuador poseen determinados beneficios e incentivos tributarios distribuidos en los diferentes sectores económicos con el fin de mejorar diversos aspectos como la inversión, generación de empleo y el crecimiento económico del país. A continuación, presentamos los beneficios e incentivos tributarios destinados para el sector turístico.

Tabla 2. Beneficios e incentivos tributarios aplicables para el sector turístico

Base legal	Objeto del Incentivo/Beneficio	Naturaleza	Tipo
LRTI. - 10	Los costos y gastos destinados a publicidad y promoción.	Incentivo	Deducción
LRTI. - 13	Pagos al exterior por concepto de comisiones y publicidad.	Incentivo	Deducción
LRTI. - 9.1	Inversiones nuevas y productivas fuera del cantón Quito o Guayaquil.	Incentivo / Beneficio	Exoneración
LEY DE TURISMO. – 26. numeral 1	Exoneración de los impuestos que gravan actos societarios.	Beneficio	Exoneración
LEY DE TURISMO. – 26. numeral 2	Líneas de crédito en instituciones financieras	Beneficio	
LEY DE TURISMO. – 26. numeral 3	Exoneración de impuesto que gravan la transferencia de dominio de inmuebles.	Beneficio	Exoneración
LEY DE TURISMO. - 27	Devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios.	Beneficio	Devolución
LEY DE TURISMO. - 28	Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación	Incentivo	Deducción
LEY DE TURISMO. - 30	Turistas extranjeros	Incentivo	Devolución
LRTI. - 66	Comercialización de paquetes de turismo receptivo	Incentivo	Crédito Tributario
LRTI. - 37	Reinversión de utilidades	Incentivo	Reducción
LRTI. - art. 56, numeral 15	Impuesto al valor agregado gravado con tarifa cero en los servicios de turismo receptivo.	Incentivo	Exoneración
COPCI. - 55	Inversiones productivas por micros, pequeñas y medianas empresas de	Incentivo	Exoneración

	turismo comunitario y/o asociativo.		
DECRETO 1021 2020-03-27	Extensión por 6 meses de plazo para pago de Renta sociedades e IVA interno para ciertos sectores (exportadores, turismo, Galápagos) y microempresas	Incentivo	Diferimiento Impositivo

Fuente: Ley de Turismo (2002) ,Ley de Régimen Tributario Interno (2004), Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2018) y Decreto 1021 (2020)

Elaborado por: Jenifer Espín

2.1.2.6 Competitividad empresarial

Es un término de administración conformada por ciertos procesos e indicadores de evaluación para determinar el nivel general de rendimiento de los colaboradores y recursos de una empresa. Los autores Ibarra, González & Demuner (2017) definen a “la competitividad empresarial como la facultad de una empresa para fabricar y comercializar bienes y/o servicios con parámetros de eficiencia (calidad o cometer la menor cantidad de errores) y eficacia (rapidez)” (p. 118). Como se puede apreciar, la competitividad empresarial hace referencia a una cultura que las empresas deben optar para generar ventajas competitivas, puesto que se debe enfocar en los recursos y esfuerzos para la comercialización de productos en tiempos óptimos y con buenos estándares de calidad.

Un aspecto de gran apoyo para mejorar la competitividad empresarial son los factores de análisis, que son un conjunto de variables que permiten estructurar un plan o estrategia de desempeño. Los autores Leyva, Cavazos, & Espejel (2018) mencionan que se deben analizar 3 aspectos esenciales para una estrategia de competitividad empresarial, que son: innovación, recursos materiales y esfuerzos. La innovación se puede interpretar como los cambios o nuevas ideas que una empresa añade a un producto, departamento o incluso un colaborador. Los recursos materiales son los insumos o productos no elaborados que la empresa posee para su producción. Por último, los esfuerzos que son el trabajo técnico o físico que realiza el personal de una empresa.

Otro aspecto de esencial importancia en la competitividad empresarial son los enfoques de competitividad, que permiten mejorar el desempeño de la organización de un lapso a otro y así generar ventajas competitivas. El estudio de Bernal y Rodríguez (2019) menciona que existen 5 tipos de enfoques que son: 1) competitividad dinámica, 2) competitividad estática, 3) competitividad espuria, 4) competencia interna y 5) competencia externa.

La competitividad dinámica hace referencia al cambio o innovación en aspectos de procesos de producción y departamentos o áreas. En contraparte, la competitividad estática realiza alteraciones en los aspectos de mercadotecnia de la empresa, que son: producto, precio, plaza y promoción. La competitividad interna se enfoca en una óptima distribución de los recursos de la empresa. Por último, la competitividad externa estudia el comportamiento de los competidores y así buscar puntos fuertes para mejorar y puntos débiles para explotar (Bernal & Rodríguez, 2019).

2.1.2.6.1 Innovación

Actualmente, la innovación es considerada como un factor de cambio de ideas, aspectos tangibles, protocolos e incluso mentalidades para generar mejoras, especialmente en áreas del conocimiento y sectores productivos. Desde el punto de vista de Escorsa & Valls (2021) concuerdan que “la innovación es la construcción de nuevos conocimientos técnicos o teóricos, a través de experiencias propias o ajenas que permiten mejorar un determinado aspecto de un objeto o persona” (p. 15). En resumen, la innovación parte de conocimientos y experiencias que pueden ser aplicados en diferentes áreas de la ciencia o aspectos de una persona que requieren de cambios y mejoras.

En el ámbito empresarial, la innovación es considerada como un escaparate para mejorar la situación actual de una empresa, por tanto, los autores Pérez, Mercado & Martínez (2018) proponen referenciar a la innovación bajo 3 percepciones, para luego identificar el tipo de innovación más adecuada para implementar en su negocio. En primer lugar, la innovación como novedad se enfoca en el cambio de mentalidad de las personas que conforman una organización, con esto se pretende alcanzar una nueva

mentalidad y cultura. Segundo, la innovación como cambio representa cambios palpables en los bienes de una empresa. Por último, la innovación como ventaja hace referencia a las mejoras que las empresas implantan en sus empresas para distinguirse de sus competidores.

Como se mencionó con anterioridad, la innovación es un término presente en todas las disciplinas o sectores productivos, por tanto, los autores Navarro, Jiménez (2017) clasifican a la innovación en 4 diferentes tipos, según los cambios que se pueden generar en base a los recursos disponibles, que son: 1) innovación técnica, 2) innovación tecnológica, 3) innovación del diseño y 4) innovación social y 5) innovación de procesos.

La innovación técnica son los cambios que se realizan en la generación y construcción de nuevos conocimientos. La innovación tecnológica hace referencia a las mejoras que se realizan en máquinas y dispositivos electrónicos para mejorar su rendimiento o ampliar su funcionalidad. La innovación del diseño es el cambio en la forma física de un objeto para otorgarle mejoras de portabilidad, espacio, peso, entre otras. La innovación social que está relacionada con los cambios en la educación de las personas y así promover una mejor forma de convivir en un determinado contexto. Por último, la innovación de procesos que se enfoca en mejorar un determinado proceso para generar mejores rendimientos de efectividad, en este tipo de innovación incluso la eliminación de una fase o etapa es considerada como proceso innovador (Navarro & Jiménez, 2017).

2.1.2.6.2 Recurso humano

Desde un punto de vista empresarial, el recurso humano es considerado como el conglomerado de conocimientos, habilidades y destrezas que el personal de una empresa aporta para el funcionamiento de la misma. Para Chiavennato (2017) “el recurso humano son el conjunto de aportes técnicos y esfuerzos físicos que los colaboradores aportan en sus respectivos departamentos para el cumplimiento de los objetivos de la empresa” (p. 321). En síntesis, se puede decir que los recursos humanos son los aportes intelectuales o de esfuerzos físicos que cada trabajador realiza para cumplir con sus tareas específicas en su puesto de trabajo.

Por otro lado, en la estructura organizacional de una empresa, el recurso humano puede ser considerado como un área o departamento. Bajo esta perspectiva, el autor Canalicchio (2020) define al “recurso humano como un área de la empresa encargada de la gestión del personal desde su fase inicial de reclutamiento hasta su completa acoplamiento o inducción” (p. 32). En conclusión, el recurso humano también puede ser considerado como un espacio físico, que cumple una función primordial en la empresa para conformar un buen equipo de trabajo en cada uno de los departamentos o niveles.

Independientemente de la perspectiva que se analice al recurso humano, tanto en una persona como un área de trabajo, es importante analizar la temática de las competencias laborales, puesto que éstas permiten determinar de mejor manera el perfil y aportes que un colaborador puede otorgar a una empresa y de igual manera, permite al departamento identificar los requerimientos específicos que se necesita para ocupar un determinado puesto de trabajo. Las competencias laborales de un colaborador son: 1) conocimientos, 2) habilidades y 3) destrezas (Morillo, 2012).

En primer lugar, los conocimientos son considerados la parte técnica de un colaborador, éstos son conocidos como el conjunto de datos e información teórica sobre una actividad o área del conocimiento (Escobar, 2005). Las habilidades conforman la parte operativa de un colaborador, que según Cejas, Mendoza, Albán y Frías (2020) definen al conjunto de capacidades y/o facultades para ejecutar actividades que requieren de movimientos físicos o desplazamientos. Al igual que las destrezas, las destrezas conforman la parte operativa del colaborador. Para Galarza, Aguinaga, López y Mendoza (2020) las destrezas son consideradas como ejecuciones perfectas de actividades netamente físicas o con desplazamientos, éstas son adquiridas por una constante práctica y experiencia del ejecutor.

2.1.2.6.3 Gestión empresarial

La gestión empresarial es considerada una actividad con un enfoque destinado a planear y ejecutar las acciones necesarias para mejorar la productividad. Para Acosta y Jiménez (2020) “la gestión empresarial son las actividades planeadas por los altos

directivos de una empresa para mejorar la productividad en las entidades. En este aspecto se analizan ciertos factores de la empresa como costos, competitividad, desempeño de operarios, distribución, entre otros” (p. 122). Se puede argumentar que la gestión empresarial es una rama de la administración que se encarga únicamente de mejorar la productividad, por medio de un análisis de los recursos y esfuerzos que posee una empresa.

Una buena gestión empresarial debe ser realiza en 4 fases y/o etapas. Los autores Bermúdez y Rodríguez (2013) argumentan que las fases de la gestión empresarial son: 1) planificación, 2) organización, 3) dirección y 4) control. En primer lugar, la planificación consiste en plantear las líneas directrices de la empresa, que son: objetivos, misión, visión y valores corporativos. Los objetivos son las metas medibles y relacionadas con la productividad, que la empresa debe cumplir en un determinado tiempo. La misión es la forma de actuar permanente de la entidad para alcanzar sus objetivos. Por otro lado, la visión es el futuro por alcanzar en un determinado contexto. Finalmente, los valores corporativos son el conjunto de principios y normas de comportamiento propios que rigen en una empresa (Bermúdez & Rodríguez, 2013).

La segunda fase de la gestión empresarial es la organización, que hace referencia a las actividades de definición y asignación de responsabilidades en cada puesto de trabajo. Además, aquí se clasifica y/o distribuye de una manera racional los recursos a las personas responsables de cumplir una actividad, con la finalidad de evitar sobre o desabastecimiento y simultáneamente realizar un óptimo trabajo (Pineda, 2020). Tercero, la dirección es una fase exclusiva de los líderes o jefes departamentales, puesto que éstos motivan a sus subordinados a realizan un óptimo trabajo. Además, la dirección abarca el proceso de integración del personal nuevo y existente, con la finalidad de adaptar al personal rápidamente al ambiente laboral (Rubio, 2019). Por último, la fase de control que se centra en la supervisión del cumplimiento de los objetivos de productividad, por ende, también se supervisa a los responsables y recursos destinados. Una parte esencial en esta fase es la elaboración de indicadores de evaluación (Chiavennato, 2017).

2.1.2.6.4 Logística

Desde un punto de vista empresarial, la logística es considerada una de las actividades básicas de una empresa, para la fabricación y posterior distribuir los productos y/o servicios. El autor Ballou (2004) define a la logística como “las actividades que se dirigen para conformar logística de negocios (proceso de la cadena de suministros) varían de una empresa a otra, dependiendo de la estructura organizacional de cada una, y de la importancia de las actividades individuales para sus operaciones” (p. 9). Como se puede apreciar, la logística está presente en todas y cada una de las fases de elaboración de los productos y también en la prestación de un servicio, puesto que aquí se verifica que los trabajadores y puestos de trabajo estén perfectamente equipados para cumplir con su respectiva función.

2.1.2.7 Rentabilidad

La rentabilidad es un término recurrente en el campo de la economía y las finanzas, pues es considerado un indicador esencial para medir la relación de inversión y producción de una empresa. El autor Aguilar (2012) define a “la rentabilidad es un indicador financiero porcentual que mide la ganancia obtenida de una actividad o unidad de producción en base a la inversión” (p. 12). En conclusión, se puede argumentar que la rentabilidad permite identificar y analizar la inversión a la que se ha destinado a una determinada producción está siendo recuperada o malgastada, y en base a esta situación realizar una adecuada toma de decisiones.

Los indicadores de rentabilidad miden la capacidad que tiene la empresa para generar utilidades además es el cumulo de resultados de las políticas y decisiones por parte de la gestión administrativa. Es decir, permite conocer el beneficio en relación con el patrimonio, activos y ventas. Cabe señalar que el resultado de los indicadores determinara si en la organización se está tomando las correctas decisiones o se deberán realizar cambios dentro de la empresa (Guajardo, 2017).

Rendimiento sobre el patrimonio

Los inversionistas tienen la necesidad de conocer el margen de utilidad en sus inversiones efectuadas en las organizaciones. Razón por la cual el indicador cumple con dicho concepto al medir la rentabilidad de los recursos invertidos por parte de los accionistas. Se calcula de la relación entre la utilidad neta y el capital o patrimonio (Aching, 2017). Se representa con la siguiente fórmula:

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Capital o Patrimonio}}$$

Rendimiento sobre la inversión

Es un indicador financiero que refleja el manejo correcto de los activos es decir mide la efectividad de la gestión administrativa para generar rentabilidad con respecto a los activos de la organización. Se calcula de la razón entre la utilidad neta y el activo total de la empresa (Aching, 2017). Se representa con la siguiente fórmula:

$$ROA = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Activo Total}}$$

Utilidad Activo

Este indicador refleja el correcto uso de los activos en la organización. Se obtiene de la división entre la utilidad de los intereses o impuestos y activo (Briseño, 2017). Se representa con la siguiente fórmula:

$$UT. Activo = \frac{\textit{Ut antes de los intereses o impuestos}}{\textit{Activo}}$$

Utilidad ventas

Esta ratio mide la capacidad que tiene la organización para generar ganancias a través de sus ingresos. Se calcula de la relación entre la utilidad de los intereses o impuestos y

ventas, además nos muestra términos porcentuales la utilidad por cada unidad vendida de un período de tiempo (Aching, 2017). Se representa con la siguiente fórmula:

$$UT.Ventas = \frac{Ut \text{ antes de los intereses o impuestos}}{Ventas}$$

Margen bruto y neto de utilidad

Margen bruto

El indicador de margen bruto de utilidad refleja los beneficios obtenidos por cada unidad vendida después de hacer frente a los costos generados en la producción de un producto, así mismo representa el manejo de los procesos operativos dentro de la organización y a la vez para determinar el precio de cada producto. Se calcula de la división entre ventas menos el costo de ventas por las ventas (Aching, 2017). Se representa con la siguiente fórmula:

$$Margen \text{ de utilidad bruta} = \frac{Ventas - Costo \text{ de ventas}}{Ventas}$$

Margen neto

Esta ratio mide el éxito de las empresas al terminar el periodo económico través de cada unidad vendida una vez descontados los gastos operativos, costo de producción e impuestos. Se calcula de la razón entre la utilidad y ventas neta (Guajardo, 2017). Se representa con la siguiente fórmula:

$$Margen \text{ neto de utilidad} = \frac{Utilidad \text{ neta}}{Ventas \text{ netas}}$$

El margen neto de utilidad mientras más alto sea el porcentaje en el resultado de este indicador más representara las ganancias obtenidas para el beneficio de los inversionistas.

2.1.2.8 Productividad

La productividad es uno de los temas más relevantes dentro de las organizaciones, ya que está relacionada directamente con los procesos productivos, además una adecuada productividad permitirá a la entidad ser más competitiva en el mercado. De acuerdo con Correa & Gutierrez (2018) la productividad “es un concepto teórico central en las ciencias económicas, además tiene incidencia, directa o indirecta, tanto en los precios de los servicios ofrecidos por las empresas, como en las demandas de los clientes” (p. 190). Así mismo, el desarrollo de las organizaciones está sujeta a la capacidad de optimizar la productividad para reducir los costos por unidad de servicio prestado, y así preservar su nicho en el mercado (Correa & Gutierrez, 2018). En conclusión, la productividad evalúa la capacidad que posee una empresa para otorgar determinados servicios utilizando un mínimo de recursos con el fin de incrementar la economía de la entidad.

La productividad es un indicador para medir el desempeño de las organizaciones. Se puede apreciar, que en el sector de servicios la productividad se mide por la cantidad de servicios prestados y también la maximización de recursos que utiliza la empresa para efectuar dichos servicios. El cálculo se obtiene de la relación entre las ventas netas y los costos totales (Rodríguez, 2018). Se representa con la siguiente fórmula:

$$Productividad = \frac{Ventas\ netas}{Costos\ totales}$$

En las empresas de servicios, la productividad representa la capacidad de una empresa para otorgar servicios en las mejores condiciones posibles, es decir mientras más alto sea el resultado en este indicador más reflejara el manejo eficiente de los recursos empleados para la oferta de los servicios.

2.1.2.9 Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es un medio óptimo para crear cambios positivos dentro de las organizaciones, además de una apropiada administración por parte de los directivos

y de esta manera se vea reflejada en el crecimiento financiero. De acuerdo con Blázquez (2018) el crecimiento empresarial es el “proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno promovido por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos” (p. 16). Las organizaciones puedan desarrollar sus cambios de acuerdo con sus capacidades financieras para lograr una competitividad permanente (Blázquez, 2018). Es decir, el crecimiento empresarial se refiere al manejo de actividades operativas y como la empresa es capaz de adaptarse a los cambios en diversos aspectos con el propósito de conseguir una ventaja competitiva en el mercado.

En la actualidad las organizaciones tienen la necesidad de crecer y expandirse en diferentes lugares sea de manera local como internacional, sin embargo no todas llegan a posicionarse en el mercado, es por ello por lo que el crecimiento empresarial está conformado por dos factores tanto internos como externos. El factor interno se refiere a los diversos elementos que promueven el crecimiento como: gestión administrativa, ambiente laboral, la estructura organizacional, la edad, tamaño de la empresa. Además, el factor externo se refiere a como la gerencia maneja la organización a través de una correcta toma de decisiones en diferentes aspectos como: económicos, políticos y sociales (Blázquez, Dorta, & Verona, 2020). En conclusión, los factores internos y externos influyen en las empresas para obtener un crecimiento empresarial adecuado.

El crecimiento empresarial se lo puede medir en términos cuantitativos a través de la comparación de los estados financieros de diversos años en niveles de ingresos, utilidades, liquidez es decir se puede detectar en que aspectos se deben mejorar. Sin embargo, para lograr los objetivos planteados por las organizaciones deben partir de los cambios cualitativos que están directamente relacionados con la dirección y control por parte de los administradores (Puerto & Aguilera, 2012).

2.2 Hipótesis

H0: Los beneficios e incentivos tributarios no se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

H1: Los beneficios e incentivos tributarios se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se consideró como población objeto de estudio a la totalidad de empresas que desarrollan actividades económicas en el territorio ecuatoriano y que mantuvieron una situación legal activa en el registro de la Superintendencia de Compañías. La población identificada para la aplicación de la encuesta se conformó por un total de 109.657 organizaciones radicadas en el Ecuador, de las cuales se identificó una muestra completa¹ de 21 empresas a las cuales se efectuó el análisis propuesto. De igual manera, la población reconocida para el análisis de los estados financieros para la valoración de los indicadores objetos de estudio es la misma que la considerada para la aplicación de la encuesta, misma que se estructura por un total de 109.657 empresas, de las cuales se analiza una muestra completa de 21 organizaciones cuyas principales los criterios de desarrollar actividades relacionadas al turismo y residir en la provincia de Cotopaxi. Es decir, se consideraron como unidades de análisis aquellas compañías que realizan actividades dentro de los códigos CIIU: H 4922.04, H 4922.01, H 4923.01, I 5510.01, I 5510.09, N 7990.04, N 7911.00 y N 7912.00.

Para el desarrollo de la presente investigación se consideraron tanto fuentes primarias como secundarias de información, siendo estas un cuestionario estructurado dirigido a los gerentes de las empresas que conforman la muestra a analizarse. A continuación, se efectúa una descripción de las características que definen cada una de las fuentes de datos anteriormente mencionadas:

Cuestionario o encuesta: esta fuente de información se compone por un total de 42 preguntas, de las cuales 28 están dirigidas a cuantificar la variable dependiente que para el caso es el impulso del sector turístico, mientras que los 14 restantes permiten

¹ Una muestra completa, según Pratt, Raiffa & Schlaifer (1995), es aquella que se conforma por un subconjunto de unidades de análisis que satisfacen un determinado número de criterios de selección claramente definidos.

cuantificar la variable independiente beneficios tributarios. En lo que respecta al impulso del sector turístico, esta variable se estructura a partir de 7 dimensiones que son: factor administrativo y gerencial, factor comercial y logístico, factor financiero, capital humano, factor tecnológico y factores externos, siendo estas dimensiones descriptoras particularmente de la competitividad empresarial; por otro lado, se encuentra la dimensión de rentabilidad. Finalmente, se encuentra el conjunto de interrogantes correspondientes a la variable beneficios e incentivos tributarios, las cuales abordaron un total de 4 dimensiones que son: deducciones, exenciones, crédito tributario, diferimiento impositivo.

Estados de situación financiera: Esta fuente de información contempla y registra los montos de las cuentas del activo, pasivo, patrimonio, ingresos, costos y gastos realizados por cada una de las empresas activas registradas en la Superintendencia de Compañías. La información contable y financiera registrada de los rubros anteriormente mencionados mantienen una desagregación de hasta seis dígitos conforme a la codificación establecida por el SRI para la declaración del impuesto a la renta. Con ello se estimarán los indicadores relacionados a la rentabilidad, crecimiento empresarial y productividad, mismos que serán calculados a partir de los rubros contabilizados en este informe financiero remitido por las empresas para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

En el caso de la recopilación de los estados de situación financiera, estos se encuentran publicados en la página web oficial de la Superintendencia de Compañías (2021), para lo cual se requirió, en una primera instancia, la identificación del número de expediente de cada una de las empresas que conforman la muestra objeto de análisis. En este sentido, fue necesario obtener el directorio de las empresas activas publicado por la institución anteriormente mencionada y, a partir de ese registro, realizar la búsqueda del expediente de cada una de las empresas que fungen como unidades de análisis en el portal de información societaria de la página web oficial del organismo. Por otro lado, el cuestionario o encuesta dirigido a los gerentes de las empresas será realizado en línea a través de la herramienta digital “Google forms”, esto previo al contacto y socialización con cada uno de los gerentes o directivos responsables de las compañías consideradas para el estudio.

3.2 Tratamiento de la información

El trabajo de investigación se procesó a través de una encuesta que estuvo conformada por una serie de interrogantes con relación a las dos variables. Sin embargo los indicadores como rentabilidad, productividad y crecimiento empresarial se midió con relación a estados financieros de las empresas seleccionadas contenida en la base de datos de la Superintendencia de Compañías.

Para describir los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico en la provincia de Cotopaxi, se procedió a estructurar un indicador cuantitativo de la magnitud en la que las empresas del sector turístico han sido beneficiadas por las distintas políticas establecidas por el gobierno en dicho aspecto. Para ello, se realizó una asignación de ponderaciones a cada una de las dimensiones y preguntas dispuestas en el cuestionario propuesto para el desarrollo del presente estudio, mismas que se detallan en la tabla 3.

Tabla 3. Ponderaciones del indicador cuantitativo de beneficios e incentivos tributarios

Dimensiones	Ponderación de la dimensión	Indicadores	Ponderación de la pregunta
Deducciones	25,00%	Costos y Gastos de publicidad y promoción	25,00%
		Pagos al exterior	25,00%
		Impuesto a la renta	16,67%
Exenciones	25,00%	Derechos de impuestos que gravan actos societarios	16,67%
		Transferencia de dominio de inmuebles	16,67%
		Insumos para la comercialización de paquetes turísticos	50,00%
Crédito tributario	25,00%	Diferimiento de pagos del IVA e impuesto a la renta	50,00%
Diferimiento impositivo	25,00%		50,00%

Fuente: Castaño & Gutiérrez (2018)

Elaborado por: Jenifer Espin

Considerando las ponderaciones descritas en la tabla dos se procedió a la estimación del indicador referente a los beneficios tributarios a partir de la siguiente ecuación matemática:

$$B = \frac{(\%DED * \sum IDED) + (\%EX * \sum IEX) + (\%CRED * \sum ICRED) + (\%DIF * \sum IDIF) + (\%RED * \sum RED)}{100}$$

Donde:

B = Indicador de beneficios e incentivos tributarios,

I = Indicadores ponderados por ítem,

%DED = Ponderación de la dimensión deducciones,

%EX = Exenciones,

%CRED = Crédito Tributario,

%DIF = Diferimiento Impositivo.

Para diagnosticar el impulso sectorial de la industria turística de la provincia de Cotopaxi, se procedió a estructurar un indicador cuantitativo de dicha variable considerando como principales dimensiones la competitividad, rentabilidad, productividad y crecimiento empresarial. En el caso de la medición de la competitividad se consideró el criterio de Castaño & Gutiérrez (2018), apreciación que está compuesta por una serie de dimensiones o factores descriptores como el administrativo - gerencial, comercial - logístico, financiero, capital humano, tecnología y factores externos. En la tabla 4 se detallan las dimensiones e indicadores con sus respectivas ponderaciones.

Tabla 4. Ponderaciones del indicador cuantitativo de competitividad

Dimensiones	Ponderación de la dimensión	Indicadores	Ponderación de la pregunta
Factor administrativo y gerencial	13,40%	Grado de educación del gerente	40,00%
		Experiencia	25,00%
		Toma de decisiones	35,00%
	14,60%	Planeación estratégica	35,00%
		Estructura organizacional	35,00%
Factor Comercial y Logístico	22,20%	Normas legales y tributarias	30,00%
		Área Comercial establecida	10,00%
		Mercadeo y Ventas	12,00%
		Experiencia en el mercado	6,00%
		Conocimiento de competidores	7,00%
		Gestión Proveedores	12,00%
		Gestión del servicio	11,00%
		Gestión Precio	10,00%

		Gestión Promoción	11,00%
		Servicio al cliente	12,00%
		Calidad total	9,00%
Factor financiero	14,20%	Endeudamiento	32,00%
		Administración financiera	32,00%
		Cultura organizacional	30,00%
		Manejo del idioma inglés	20,00%
Capital humano	14,70%	Programas de capacitación y promoción	30,00%
		Evaluación del desempeño	20,00%
Factor tecnológico	10,80%	Maquinaria y equipos	50,00%
		Innovación Tecnológica	50,00%
		Situación económica del país	20,00%
		Cambios tecnológicos	20,00%
Factores externos	10,10%	Factores políticos y legislativos	20,00%
		Factores socioculturales	20,00%
		Factores internacionales	20,00%

Fuente: Castaño & Gutiérrez (2018)

Elaborado por: Jenifer Espin

Considerando las ponderaciones anteriormente descritas se procedió al cálculo del indicador cuantitativo correspondiente a la competitividad de las empresas del sector turístico en la provincia de Cotopaxi, la fórmula se detalla a continuación:

$$C = \frac{(\%FGyA * \sum IFGA) + (\%FCyL * \sum IFCyL) + (\%FF * \sum IFF) + (\%CH * \sum ICH) + (\%FT * \sum IFT) + (\%FE * \sum IFE)}{100}$$

Donde:

C = Indicador de competitividad,

I = Indicadores ponderados por ítem,

%FGyA = Factor gerencial y administrativo,

%FCyL = Factor comercial y logístico,

%FF = Función financiera,

%CH = Capital humano,

%FT = Factor tecnológico,

%FE = Factor externo.

En lo que a rentabilidad respecta, esta dimensión se la cuantificó a partir de dos indicadores: el primero deriva de una interrogante que permitió identificar, desde la perspectiva del encuestado, si la empresa que se encuentra bajo su responsabilidad es

rentable o no es rentable; y el segundo, supone la ratio financiera de margen neto de rentabilidad. La fórmula requerida para su cálculo se detalla a continuación:

$$\text{Margen neto de rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

Para el caso de la productividad, a esta dimensión se la estimará considerando el criterio de Rodríguez (2018), reconociéndose la siguiente fórmula para la estimación del indicador anteriormente descrito:

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Costos totales}}$$

Posteriormente, se estimó el tamaño empresarial a partir del cálculo de la tasa de variación anual de las ventas netas de cada una de las empresas con respecto al ejercicio anterior del año en el que se realizó el cuestionario.

Para los indicadores cuantitativos de competitividad, rentabilidad, productividad, y crecimiento empresarial y beneficios e incentivos tributarios, estos fueron descritos de forma gráfica a partir de un diagrama de cajas y bigotes. Además, se presentaron estadísticos de relevancia de la distribución de dichos indicadores en función a la muestra analizada, mismos que fueron: el valor máximo y el mínimo juntamente con la denominación de las empresas que registraron tales apreciaciones, la media aritmética de la distribución, la mediana, la desviación estándar, el coeficiente de asimetría y el de curtosis. Por otro lado, para la descripción de los distintos componentes de los beneficios e incentivos tributarios, se presentaron tablas de distribución de frecuencias y diagrama de barras correspondientes a los resultados de las preguntas de mayor relevancia en el análisis de dicha variable. Posterior a ello, se realizó un análisis descriptivo de los resultados juntamente con una revisión comparativa con hallazgos obtenidos por investigaciones precedentes con el ánimo de efectuar una discusión de los resultados y una apreciación contextualizada de las dinámicas de evidenciadas por las variables de estudio.

Para determinar el efecto de los beneficios e incentivos tributarios en el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi, se procedió a estimar el coeficiente de correlación de Pearson o Spearman, según la distribución de los indicadores de las variables anteriormente descritas, entre el indicador ponderado de los beneficios de incentivos tributarios y el índice ponderado de competitividad, el margen neto de rentabilidad, el indicador de productividad y el de crecimiento empresarial. Para ello, en una primera instancia se requirió evidenciar si los indicadores anteriormente expuestos siguen una distribución normal o no, lo que se lo realizó a partir del análisis del contraste de normalidad de Shapiro - Wilk. Por lo tanto, de seguir una distribución normal, lo pertinente supondría aplicar el coeficiente de correlación de Pearson, mientras que, de considerarse la no distribución normal de los indicadores, habría de estimarse el coeficiente de correlación de Spearman. En este sentido, las fórmulas de estimación de ambos coeficientes se describen a continuación:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \sqrt{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2}}$$

$$\rho_{xy} = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde: r_{xy} hace referencia al coeficiente de correlación de Pearson, ρ_{xy} describe el coeficiente de correlación de Spearman, n es el tamaño de la muestra, x_i e y_i hacen mención a las observaciones de las variables independiente y dependiente respectivamente y D implica las diferencias de los estadísticos de orden del coeficiente de Spearman. En consecuencia, se procedió a efectuar un contraste estadístico t de Student para determinar la significación estadística de los coeficientes de correlación anteriormente mencionados. Esto se lo realizó considerando como hipótesis nula el hecho de que el coeficiente de correlación estadísticamente igual a cero, mientras que como hipótesis alterna de análisis se consideró que dicho coeficiente es estadísticamente diferente de cero. Con ello se contrastó la hipótesis de investigación que sostiene que “los beneficios e incentivos tributarios se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi”.

3.3 Operacionalización de las variables

3.3.1 Variable independiente

Tabla 5. Beneficios e incentivos tributarios

Categoría	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas de recolección
Concepto. - Los beneficios e incentivos tributarios son medidas legales que tienen la capacidad de minimizar la carga tributaria, los mismos que favorecen directamente a las personas naturales y jurídicas que realizan alguna actividad económica.	Deducciones	Costos y Gastos de publicidad y promoción	¿La empresa ha realizado gastos de publicidad y promoción?	Encuesta
			¿En qué nivel se ha beneficiado la empresa por las deducciones de costos y gastos por publicidad y promoción?	Encuesta
		Pagos al exterior	¿La empresa ha realizado gastos efectuados al exterior por concepto de comisiones y promoción por los servicios turísticos?	Encuesta
			¿En qué forma se ha beneficiado por la deducción de los gastos efectuados al exterior por concepto de comisiones y promoción por los servicios turísticos?	Encuesta
		Impuesto a la renta	¿La empresa ha realizado nuevas inversiones favoreciendo financieramente a la empresa?	Encuesta
			¿En qué nivel se ha beneficiado la empresa en la exoneración del impuesto a la renta en las nuevas inversiones?	Encuesta
	Exoneración	Derechos de impuestos que gravan actos societarios	¿En los últimos años la empresa ha realizado un aumento de capital, transformación, escisión, fusión y registro de la empresa?	Encuesta
			¿En qué forma se ha beneficiado la empresa de la exoneración de impuestos al realizar aumento de capital, transformación, escisión, fusión y registro de la empresa?	Encuesta
		Transferencia de dominio de inmuebles	¿La empresa ha realizado transferencia de dominio de inmuebles y se ha beneficiado de la exoneración de impuestos por dicho concepto?	Encuesta
			¿En qué nivel se ha beneficiado de la exoneración de impuesto por la transferencia de dominio de inmuebles?	Encuesta
	Crédito tributario	Insumos para la comercialización de paquetes turísticos	¿La empresa ha utilizado el crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos a nivel nacional como internacional?	Encuesta
			¿En qué forma se ha beneficiado la empresa del crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos?	Encuesta
Diferimiento impositivo	Diferimiento de pagos del IVA e impuesto a la renta	¿Considera que el diferimiento del impuesto al Iva e impuesto a la Renta ha permitido a la empresa mantenerse económicamente estable?	Encuesta	
		¿En qué nivel se ha beneficiado la empresa por el diferimiento del impuesto al Iva e impuesto a la Renta?	Encuesta	

Fuente: Castaño & Gutiérrez (2018)

Elaborado por: Jenifer Espin

3.3.2 Variable dependiente

Tabla 6. Impulso al sector turístico

Categoría	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas de recolección	
<p>Concepto. - El impulso está directamente asociado con el crecimiento empresarial que es un medio óptimo para crear cambios positivos dentro de las organizaciones, además de una apropiada administración por parte de los directivos y de esta manera se vea reflejada en el crecimiento financiero.</p>	Factor administrativo y gerencial	Grado de educación del gerente	¿Cuál es el nivel educativo del gerente?	Encuesta	
		Experiencia	¿Cuánto tiempo la empresa lleva activa?	Encuesta	
		Toma de decisiones	¿Considerando los siguientes tipos de decisores, con cuál de ellos se identifica?	Encuesta	
		Planeación estratégica	¿Considerando las siguientes variables, cuáles han sido definidas y controladas en la organización?	Encuesta	
		Estructura organizacional	Cuenta la organización por escrito y de forma actualizada con:	Encuesta	
		Normas legales y tributarias	¿La organización cuenta con una planificación tributaria definida, está informada acerca de los valores a pagar en el periodo gravable de los diversos impuestos, contribuciones y tasas?	Encuesta	
	Factor Comercial y Logístico	Área Comercial establecida	¿La organización tiene claramente establecida un área comercial?	Encuesta	
		Mercadeo y Ventas	¿La empresa tiene claramente definidos sus objetivos, su mercado meta, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización?	Encuesta	
		Experiencia en el mercado	¿Durante que período la empresa ha realizado su actividad comercial?	Encuesta	
		Conocimiento de competidores	¿Cuenta la empresa con información fundamental sobre sus competidores en el mercado (en cuanto calidad de servicios, tarifa y prestigio)?	Encuesta	
		Gestión Proveedores	¿La empresa lleva a cabo un proceso de evaluación antes de elegir a sus proveedores?	Encuesta	
		Gestión del servicio	¿Con que regularidad la organización realiza un Plan de Mercado?	Encuesta	
		Gestión Precio	La empresa establece sus precios en base a:	Encuesta	
		Gestión Promoción	¿Se utiliza de manera adecuada los recursos destinados para material publicitario?	Encuesta	
		Servicio al cliente	¿Dispone la empresa de catálogos y especificaciones técnicas de sus servicios?	Encuesta	
		Calidad total	¿Dispone la empresa con algún certificado o reconocimiento de calidad?	Encuesta	
		Factor financiero	Endeudamiento	¿Con qué propósito la empresa utiliza a las instituciones financieras?	Encuesta
			Administración financiera	¿Cuenta con una planeación financiera la organización es decir con un flujo de caja, presupuestos de ingreso y egresos entre otros?	Encuesta

Capital humano	Cultura organizacional	¿En la empresa los trabajadores efectúan sus funciones de forma integrada y armónica?	Encuesta
	Manejo del idioma inglés	¿Qué nivel de inglés tiene el personal de la organización?	Encuesta
	Programas de capacitación y promoción	¿El personal de la empresa dispone de programas de asenso y capacitaciones?	Encuesta
	Evaluación del desempeño	¿Con qué frecuencia al personal de la empresa se realiza la evaluación de desempeño?	Encuesta
Factor tecnológico	Maquinaria y equipos	¿La empresa elabora un plan preventivo para el mantenimiento de sus equipos?	Encuesta
	Innovación Tecnológica	¿En qué nivel adquiere o renueva la organización sistemas de gestión como: hardware, software, cursos de formación?	Encuesta
Factores externos	Situación económica del país	¿En qué nivel la empresa está debidamente actualizada y preparada para los repentinos cambios económicos (la inflación, incremento en el salario básico, cambios en las tasas de interés)?	Encuesta
	Cambios tecnológicos	¿La empresa está informada sobre los constantes cambios de mejora en los servicios turísticos?	Encuesta
	Factores políticos y legislativos	¿En qué nivel la empresa está enterada de temas políticos y legislativos para afrontar posibles cambios?	Encuesta
	Factores socioculturales	¿La organización se mantiene actualizada sobre temas de gustos, preferencias, hábitos de los turistas y se adapta fácilmente a los cambios?	Encuesta
	Factores internacionales	La globalización ha involucrado la apertura de nuevos mercados facilitando la comercialización de productos y servicios. ¿Considera que su negocio está a la vanguardia, para afrontar estas nuevas amenazas y fortalezas?	Encuesta
	Rentabilidad	Rentabilidad de la actividad económica	¿La actividad económica que realiza considera que es rentable?
Productividad	Margen neto de rentabilidad	¿A cuánto asciende el margen neto de rentabilidad de la empresa?	Observación de información financiera
	Productividad	¿Cuál es el margen de productividad de la empresa?	Observación de información financiera
Crecimiento empresarial	Ventas netas de la empresa	¿En qué nivel han aumentado las ventas a comparación al último periodo?	Observación de información financiera

Fuente: Castaño & Gutiérrez (2018)

Elaborado por: Jenifer Espin

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

En el presente numeral se realiza una descripción de los indicadores de mayor relevancia en lo que respecta a la apreciación analítica de los beneficios de incentivos tributarios dirigidos al sector turístico y del impulso sectorial evidenciado por la industria. A partir de ellos se busca dar cumplimiento a los objetivos de describir los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi y de diagnosticar el impulso sectorial registrado. En este sentido, el presente numeral aborda dos subtemas, mismos que se enfocan en realizar una descripción de las variables de estudio anteriormente expuestas y son los siguientes: análisis de los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi y análisis del impulso sectorial de la industria turística de la provincia de Cotopaxi. En dichos apartados se procede a efectuar un análisis de alcance descriptivo a partir de la comparación de los resultados identificados y los hallazgos obtenidos por investigaciones realizadas anteriormente.

4.1.1 Análisis de los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi

En el presente apartado se desarrolla un análisis descriptivo de los indicadores que cuantifican las diferentes dimensiones de beneficios e incentivos tributarios para las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi. Tales dimensiones son las siguientes: deducciones, exenciones, crédito tributario y diferimiento impositivo. El análisis pertinente supone una descripción de tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas de las alternativas de respuesta de las preguntas que cuantifican la variable objeto de estudio. A partir de aquello se efectúa un análisis descriptivo mediante el cual se desarrolla una comparativa entre los resultados obtenidos y los hallazgos de investigaciones precedentes. Con esto se pretende describir los beneficios e incentivos tributarios dirigidos a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi.

Tabla 7. Deducciones de costos y gastos de publicidad y promoción

Etiquetas de fila	Si		No		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Medianamente beneficiado	5	23,81%	0	0,00%	5	23,81%
Poco beneficiado	3	14,29%	0	0,00%	3	14,29%
Nada beneficiado	10	47,62%	3	14,29%	13	61,90%
Total general	18	85,71%	3	14,29%	21	100,00%

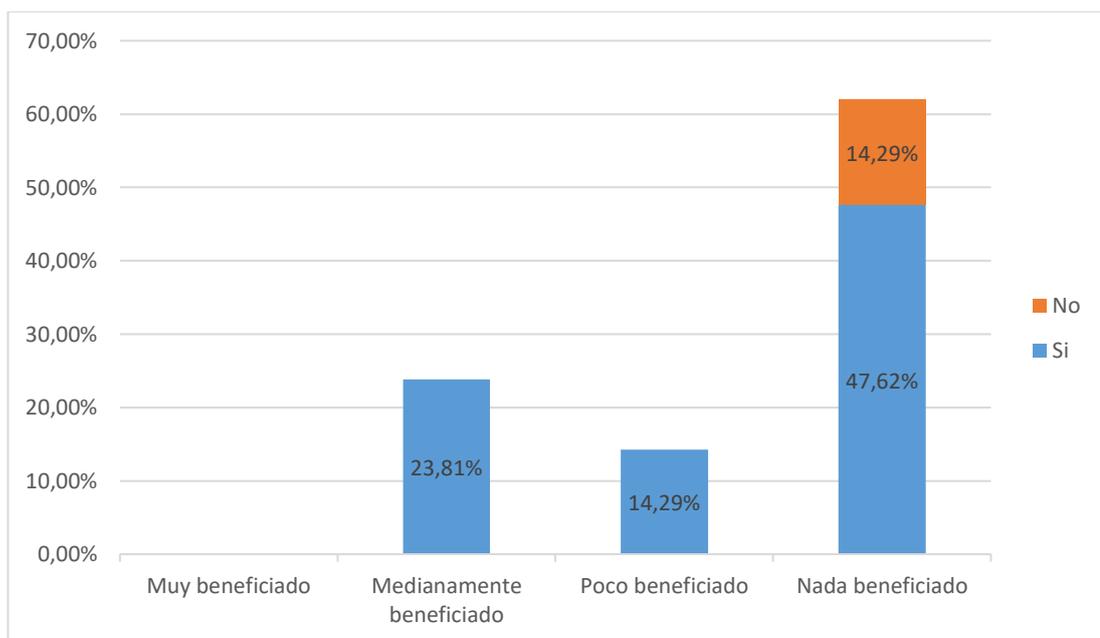
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 1 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 2 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 1. Deducciones costos y gastos de publicidad y promoción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Se evidenció que la mayoría de las empresas que realizan publicidad y promoción no aplican el incentivo tributario con el que cuentan cómo es la deducción del 100% de los costos y gastos. Es decir, los datos de la tabla y gráfico muestran que el 85,72% realizan publicidad para incrementar las ventas en su negocio. Dentro de este grupo se refleja que el 23,81% conocen y aplican este incentivo tributario de manera que lo perciben medianamente beneficioso, mientras que 14,29% representa a las empresas que aplican este incentivo lo perciben poco beneficioso, por último, el 47,62% refleja que carecen de información sobre este incentivo por consecuencia no lo aplican. Por otro lado, el 14,29% no destina recursos necesarios para realizar publicidad y promoción motivo por el cual no mantiene una adecuada indagación sobre dicho

incentivo. En definitiva, una pequeña parte de organizaciones que generan costos y gastos destinados para material publicitario y promoción emplean dicho incentivo.

Tabla 8. Dedución pagos al exterior

Etiquetas de fila	Si *		No*		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado**	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Medianamente beneficiado**	3	14,29%	0	0,00%	3	14,29%
Poco beneficiado**	2	9,52%	0	0,00%	2	9,52%
Nada beneficiado**	0	0,00%	16	76,19%	16	76,19%
Total general	5	23,81%	16	0,00%	21	23,81%

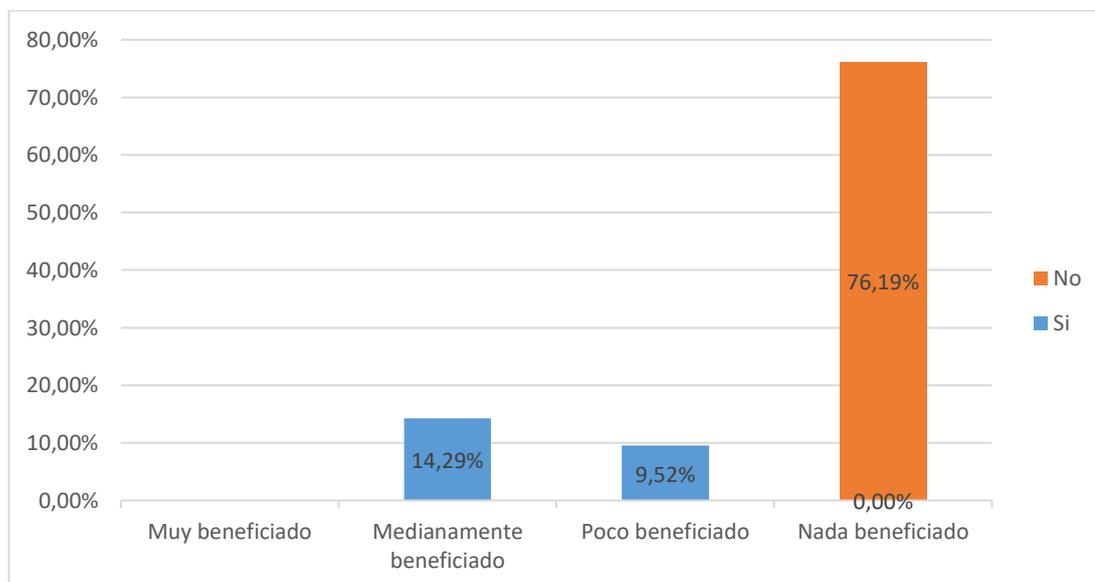
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 3 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 4 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 2. Dedución pago al exterior



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Al indagar sobre los incentivos tributarios se identificó que en general las entidades del sector turístico no realizan gastos efectuados al exterior por concepto de comisiones y publicidad para la obtención de ingresos hacia la empresa. Se obtuvo como resultado que 23,81% del total de las empresas encuestadas realizan pagos al exterior. Dentro de este grupo el 14,29% representa que han aplicado dicho incentivo de manera que lo perciben medianamente beneficioso, mientras que el 9,52% refleja a las entidades que han aplicado dicho incentivo, pero lo perciben poco beneficioso. Por otro lado, el 76,19% representa a las organizaciones que no efectúan dichos gastos,

por consiguiente, no poseen información sobre dicho incentivo. En conclusión, gran parte de las empresas del sector turístico no realizan estos gastos destinados al exterior por consiguiente no se mantienen informados sobre dicho incentivo.

Tabla 9. Exención del impuesto a la renta

Etiquetas de fila	Si		No		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Medianamente beneficiado	4	19,05%	0	0,00%	4	19,05%
Poco beneficiado	2	9,52%	0	0,00%	2	9,52%
Nada beneficiado	0	0,00%	15	71,43%	15	71,43%
Total general	6	28,57%	15	71,43%	21	100,00%

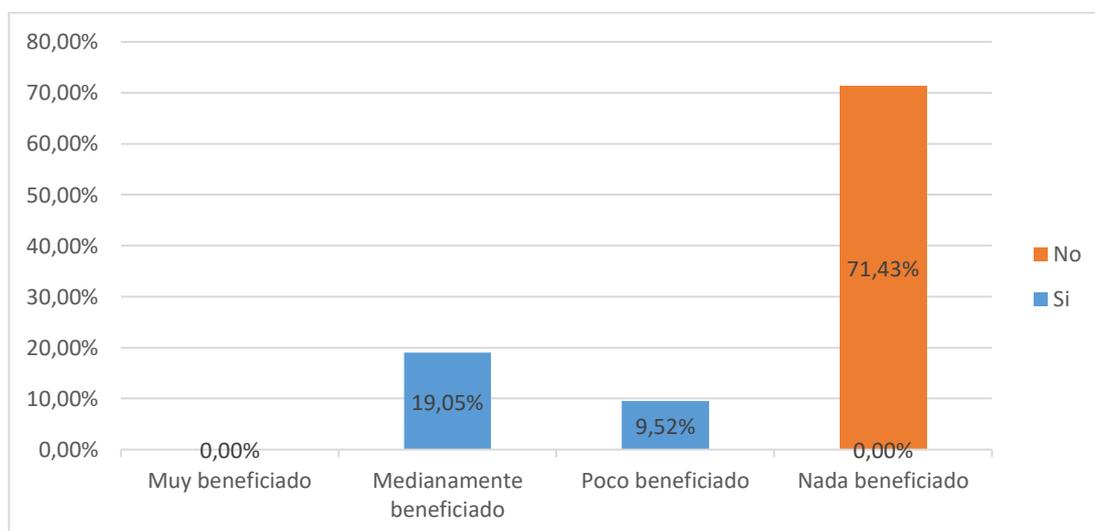
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 5 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 6 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 3. Exención del impuesto a la renta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Al realizar un sondeo de la aplicación de los incentivos tributarios se pudo determinar que un 71,43% de las empresas de esta industria no se desarrollan en el ámbito de las nuevas inversiones productivas por tal motivo carecen de información sobre los posibles incentivos. Sin embargo el 28,57% representa a las organizaciones que han realizado inversiones de manera que se han usado del incentivo tributario es decir de la exoneración del impuesto a la renta. Dentro del mismo grupo el 19,05% determina a este incentivo como medianamente beneficios mientras que el otro 9,52% perciben dicho incentivo como muy poco beneficio para la actividad económica. En resumen,

las entidades que realizaron inversiones se han beneficiado del incentivo tributario en la exoneración al pago del impuesto a la renta.

Tabla 10. Exención de impuestos que gravan actos societarios

Etiquetas de fila	Si		No		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado	5	23,81%	0	0,00%	5	23,81%
Medianamente beneficiado	6	28,57%	0	0,00%	6	28,57%
Poco beneficiado	4	19,05%	0	0,00%	4	19,05%
Nada beneficiado	2	9,52%	4	19,05%	6	28,57%
Total general	17	80,95%	4	19,05%	21	100,00%

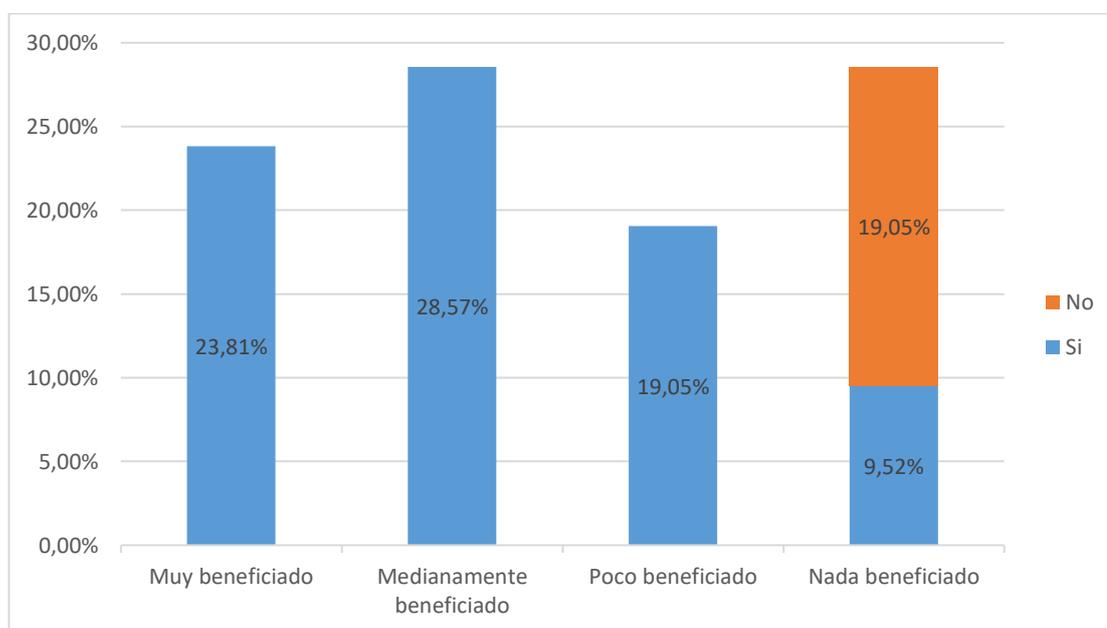
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 7 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 8 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 4. Exención de impuestos que gravan actos societarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Dentro de este marco de análisis se evidenció que el 80,95% de las empresas de este sector realizaron diferentes aspectos como: registro de la empresa, aumento de capital, transformación, fusión y escisión. Dentro de este grupo se determinó que el 23,81% perciben este incentivo de manera muy beneficiosa mientras que el 28,57% refleja que el incentivo es medianamente beneficioso para la organización de manera que el 19,05% lo determina como un incentivo muy poco beneficioso por último el 9,52% no aplicó dicho incentivo por la falta de información o conociendo dicho incentivo no lo concreto. Por otro lado, el 19,05% de las empresas no realizó dichos actos societarios

en la organización por consiguiente carece del incentivo. En conclusión, la mayoría de las empresas que realizaron actos societarios se beneficiaron de la exoneración de impuestos por dicho concepto.

Tabla 11. Exoneración de los impuestos que gravan la transferencia de bienes inmuebles

Etiquetas de fila	Si		No		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Medianamente beneficiado	6	28,57%	0	0,00%	6	28,57%
Poco beneficiado	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Nada beneficiado	0	0,00%	15	71,43%	15	71,43%
Total general	6	28,57%	15	71,43%	21	100,00%

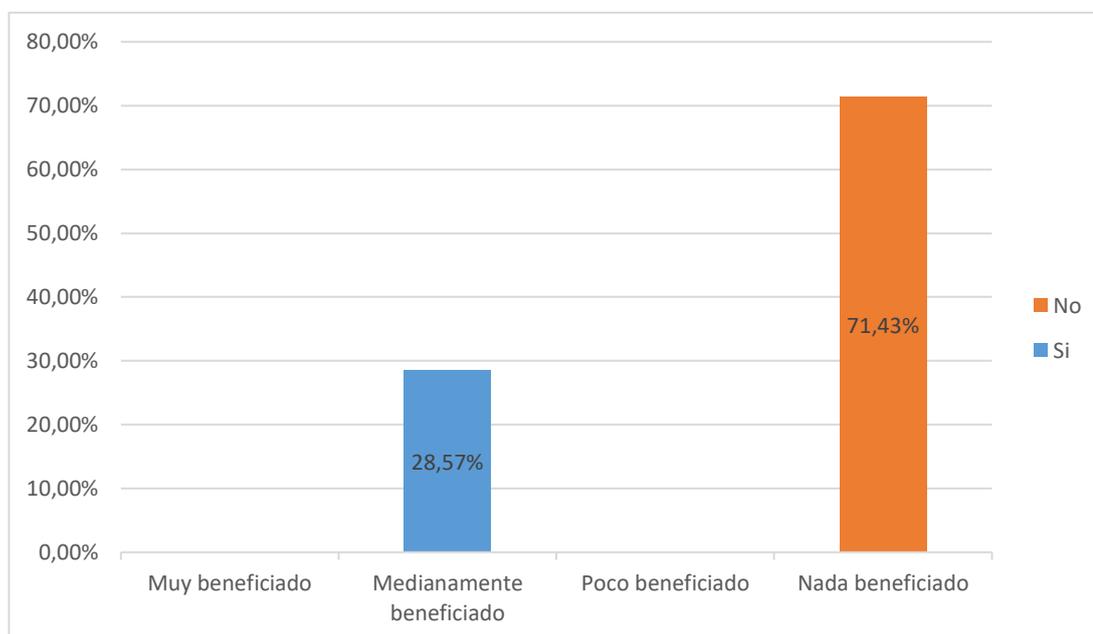
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 9 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 10 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 5. Exoneración de los impuestos que gravan la transferencia de bienes inmuebles



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

A las entidades que se aplicó la encuesta, se pudo determinar que una pequeña parte de las empresas han aplicado este beneficio tributario por la transferencia de bienes inmuebles. Dicho de otra manera, el 28,57% del total de encuestados evidenciaron que han realizado transferencia de bienes inmuebles que han sido útiles para el desarrollo de la industria turística, además han aplicado dicho beneficio tributario de manera que

lo perciben como medianamente beneficioso. Por otro lado, el 71,43% representa a las empresas que no efectuaron transferencias de bienes inmuebles dado que no han tenido la necesidad de aplicar este beneficio tributario. En conclusión, las entidades del sector turístico que realizaron transferencia de bienes inmuebles destinados primordialmente al turismo se han acogido a este beneficio tributario al exonerarse de los impuestos de registro y alcabala.

Tabla 12. Crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos

Etiquetas de fila	Si		No		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Medianamente beneficiado	4	19,05%	0	0,00%	4	19,05%
Poco beneficiado	3	14,29%	0	0,00%	3	14,29%
Nada beneficiado	5	23,81%	9	42,86%	14	66,67%
Total general	12	57,14%	9	42,86%	21	100,00%

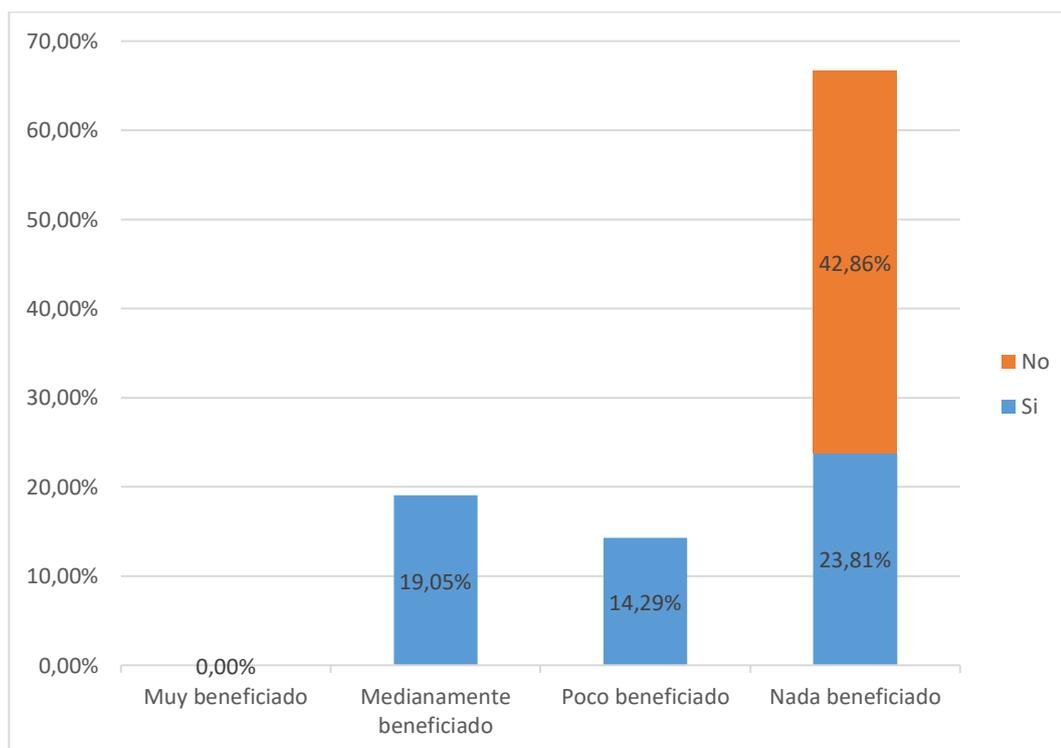
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 11 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 12 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 6. Crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Dentro de este marco de análisis se determinó que una pequeña parte las empresas de este sector turístico que comercializan paquetes turísticos dentro y fuera del país hacen uso de este incentivo mientras que otras no aplican este incentivo tributario. En otras palabras, el 57,15% de las entidades comercializan paquetes turísticos fuera del país, dentro de este grupo el 19,05% aplicaron este incentivo y lo perciben medianamente beneficiosos para la organización, mientras que el 14,29% de igual forma hicieron uso del incentivo, pero lo perciben poco beneficioso y el 23,81% no han aplicado este incentivo por falta de conocimiento o conociéndolo no lo aplican. Por otro lado, el 42,86% no realiza la comercialización de los paquetes turísticos por ende no aplican este incentivo. Es decir, las entidades que realizan la comercialización de paquetes turísticos hacen uso del 100% del crédito tributario este como incentivo para las empresas de este sector.

Tabla 13. Diferimiento de pago del IVA e impuesto a la renta

Etiquetas de fila	Si		No		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy beneficiado	3	14,29%	0	0,00%	3	14,29%
Medianamente beneficiado	3	14,29%	0	0,00%	3	14,29%
Poco beneficiado	4	19,05%	0	0,00%	9	42,86%
Nada beneficiado	0	0,00%	11	52,38%	6	28,57%
Total general	10	47,62%	11	52,38%	21	100,00%

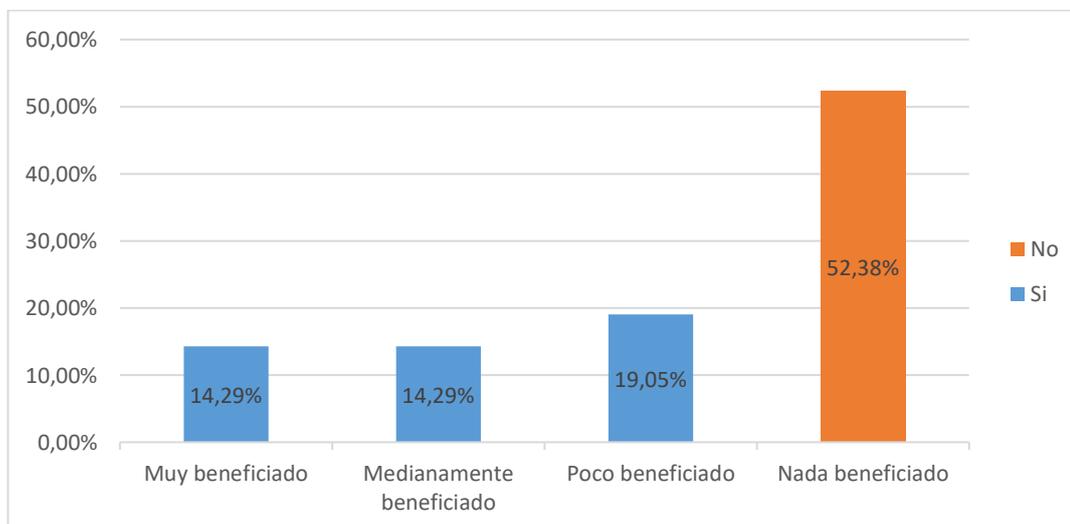
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 13 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 14 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 7. Diferimiento de pago del IVA e impuesto a la renta

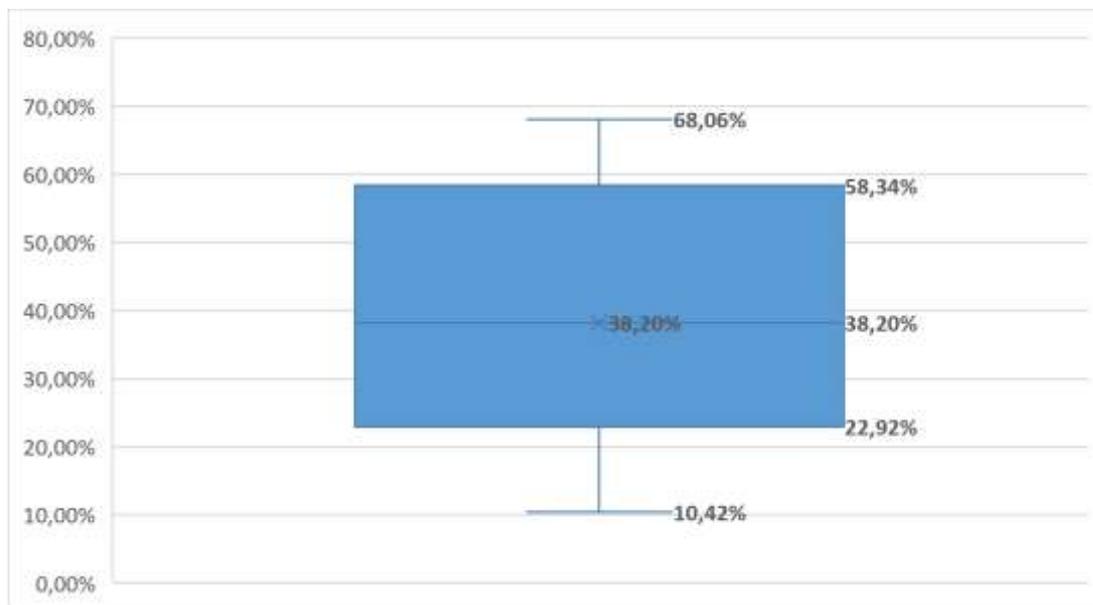


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Dentro de las entidades que se aplicó la encuesta, se pudo determinar que varias de ellas se acogieron a este incentivo tributario. Dicho de otra manera, el 47,63% consideran que el diferimiento del impuesto al Iva y renta han podido mantenerlo económicamente estable a las organizaciones. Así mismo dentro de este grupo el 14,29% percibe este incentivo tributario como muy beneficiosos, mientras que el otro 14,29% lo percibe de manera medianamente beneficioso y el 19,05% representa a las empresas que determinan a este incentivo poco beneficioso. Por otro lado, en 53,38% consideran que el diferimiento de dichos impuestos no es un factor para mantener estable a las compañías de este sector. En resumen, algunas compañías del sector turístico aplicaron este incentivo tributario de manera que pudieron diferir el pago del impuesto al Iva del mes de abril, mayo y junio mientras que del impuesto a la renta del ejercicio fiscal del 2019.

Gráfico 8. Indicador de beneficios e incentivos tributarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Se reconoce que las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi han sido beneficiadas de forma moderada por los incentivos tributarios dirigidos al sector. Esto se lo aprecia al evidenciarse que, de acuerdo con la escala establecida para su cuantificación, las compañías en promedio han sido beneficiadas en un 38,20% por los incentivos anteriormente descritos. De igual manera, se identifica que las organizaciones se han beneficiado de dichos incentivos hasta en un máximo de un

68,04% y en un mínimo de un 10,42%. En este sentido, se destaca que existen diversos factores para que los incentivos no logren alcanzar el objetivo para el cual fueron establecidos, destacándose el desconocimiento o la incorrecta disposición de la reglamentación. Sin embargo, a pesar de ello es visible que ha existido un beneficio moderado para la mayoría de las empresas objeto de estudio y en diferentes proporciones.

4.1.2 Análisis del impulso sectorial de la industria turística de la provincia de Cotopaxi

En este numeral se realiza una descripción de los distintos indicadores o ítems que dimensionan la variable impulso sectorial de la industria turística en la provincia de Cotopaxi a través de un análisis descriptivo resultante de un conjunto de tablas de contingencia indicadores cuantitativos. La variable impulso sectorial se estructura a partir de las siguientes dimensiones: competitividad, que a su vez se dimensiona a partir del factor administrativo y gerencial, del factor comercial y logístico, del factor financiero, del capital humano, del factor tecnológico y de factores externos; la rentabilidad, la productividad y el crecimiento empresarial. La descripción analítica de los indicadores correspondientes a la variable de estudio se le efectuará a partir de la muestra de un conjunto de siete tablas de contingencia y tres valoraciones cuantitativas de la rentabilidad, productividad, y crecimiento empresarial. A partir de aquello se busca diagnosticar el impulso sectorial de la industria turística de la provincia de Cotopaxi.

Tabla 14. Grado de educación del gerente y toma de decisiones

Etiquetas de fila	A*		B**		C***		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	0	0,00%	0	0,00%	6	28,57%	6	28,57%
Técnico - tecnológico	0	0,00%	0	0,00%	6	28,57%	6	28,57%
Universitario	3	14,29%	6	28,57%	0	0,00%	9	42,86%
Total general	3	14,29%	6	28,57%	12	57,14%	21	100,00%

* Decisor 1: Toma decisiones manejando rigurosamente los recursos,

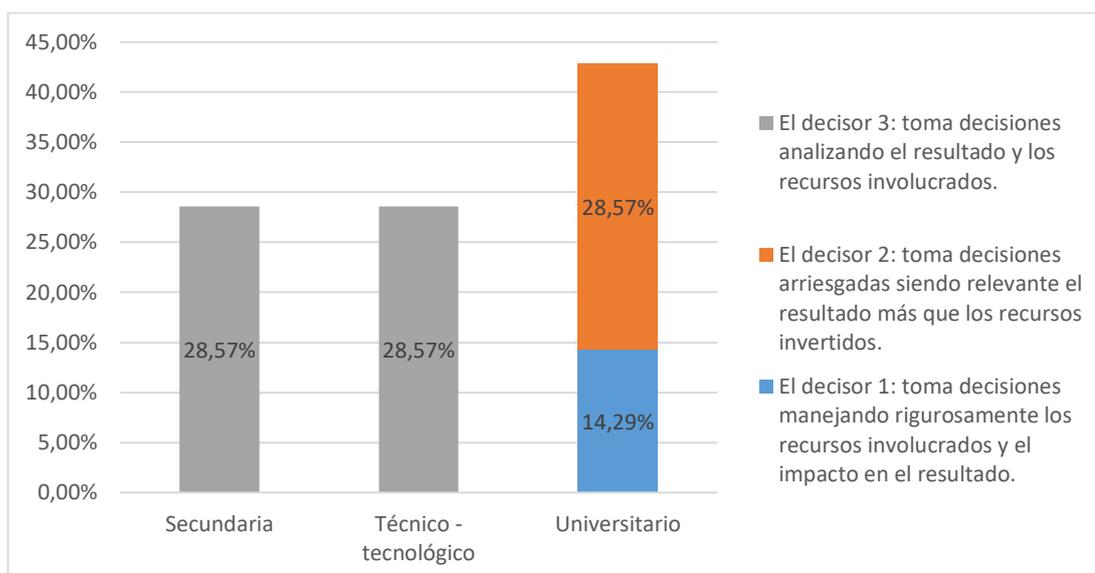
** Decisor 2: Toma decisiones arriesgadas siendo relevante el resultado,

*** Decisor 3: Toma decisiones analizando el resultado y los recursos involucrados.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 9. Grado de educación del gerente y toma de decisiones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Se evidencia que existe una asociación entre la forma de tomar decisiones de un gerente y su nivel educativo. Inesperadamente se aprecia que la toma de decisiones arriesgadas se asocia a personas con preparación universitaria, mientras que la toma de decisiones más cuidadosas estaría relacionadas a aquellos gerentes con formación secundaria o técnica. Esto se lo establece al reconocerse que el 57,14% de los encuestados se autoidentificaron como decisores tipo 3, es decir, toman decisiones analizando el resultado y los recursos involucrados. De este grupo un 28,57% tuvieron estudios secundarios, mientras que el otro 28,57% restante tuvo estudios técnicos – tecnológicos; para dichos niveles educativos no se evidenciaron otro tipo de tomadores de decisiones gerenciales. Por otro lado, otro 28,57% se autodefinió como decisor de tipo 2 y un 14,29% como decisor 1, categorías solo evidenciables en los gerentes con estudios universitarios. En este sentido, se podría explicar que una mayor formación de los gerentes los hace menos aversivos al riesgo, debido a una mayor seguridad en función a su formación académica.

La conducta más prudente de los administradores cuando estos tienen una formación relativamente menor respondería a la inseguridad asociable a la incertidumbre y a sus limitaciones de respuesta que implican su nivel educativo, mientras que el perfil universitario correspondería a una mayor confianza a razón de su mayor capacidad de respuesta derivada de su formación. Dichas caracterizaciones podrían generar

resultados diferentes según la formación del gerente en materia de inversión empresarial dependiendo de la existencia de determinados beneficios e incentivos tributarios dado que, como lo demostraron Toy & Mak (2017), la carga impositiva incide en las decisiones empresariales de inversión.

Tabla 15. Experiencia en el mercado y conocimiento de competidores

Etiquetas de fila	Si*		No*		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1-3 **	6	28,57%	0	0,00%	6	28,57%
3-5 **	9	42,86%	0	0,00%	9	42,86%
Más de 5 **	3	14,29%	3	14,29%	6	28,57%
Total general	18	85,71%	3	14,29%	21	100,00%

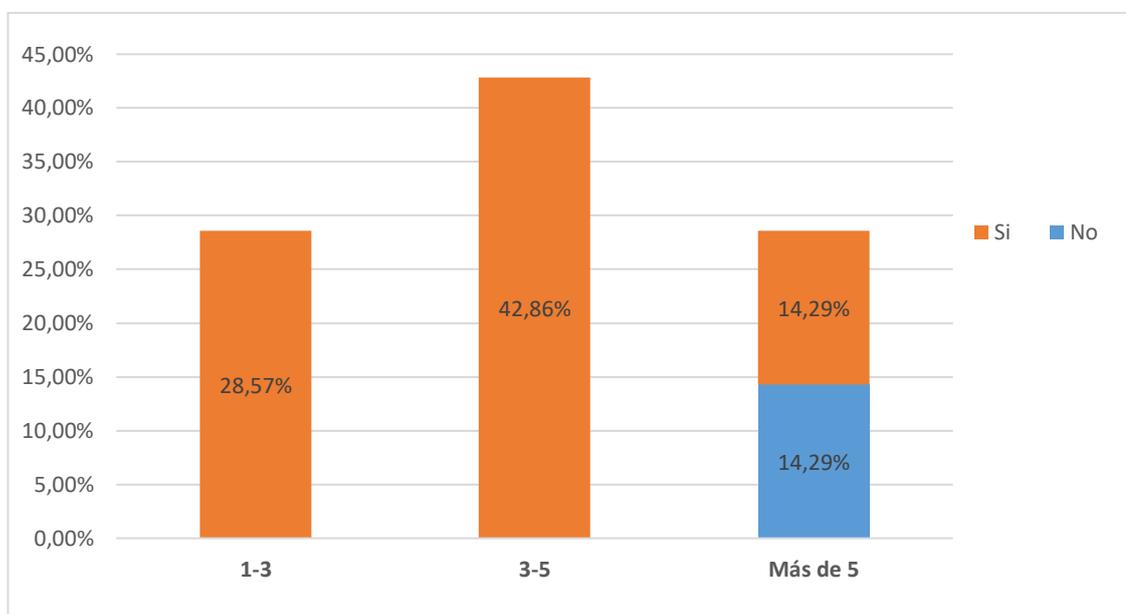
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 23 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 24 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 10. Experiencia en el mercado y conocimiento de competidores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

En este contexto, se puede evidenciar la relación entre los años de servicios que mantiene la empresa efectuando su actividad económica y la información sobre sus competidores en el sector turístico. De manera que las empresas que permanecen un menor tiempo en el mercado son las que se mantienen informadas acerca de sus competidores, mientras que las empresas que están más tiempo en el mercado tienden a obtener menos información acerca de sus competidores. Esto se lo establece al reconocerse que 85,72% de los encuestados se definen como empresas que conocen la

suficiente información de sus competidores para mantenerse en el mercado. De este grupo el 28,57% tienen de 1 a 3 años en el mercado, mientras que el 42,86% son empresas que efectúan sus actividades en un período de 3 a 5 años y el 14,29% restante pertenece a la mitad al grupo de las empresas que se mantienen en el mercado más de 5 años. Por otro lado, el 14,29% que pertenece a la otra mitad del del grupo de empresas que están más de 5 años en la industria, se definen como organizaciones que se mantienen desinformados sobre sus competidores en cuanto a calidad, tarifa y prestigio. Es decir, mientras las organizaciones se establecen en el mercado procuran recabar información de sus competidores y así mantenerse en este sector económico.

Tabla 16. Programas de capacitación y evaluación del desempeño

Etiquetas de fila	Si *		No*		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Anual **	4	19,05%	2	9,52%	6	28,57%
Mensual **	3	14,29%	0	0,00%	3	14,29%
Semestral **	6	28,57%	0	0,00%	6	28,57%
No la realizan **	2	9,52%	4	19,05%	6	28,57%
Total general	15	71,43%	6	28,57%	21	100,00%

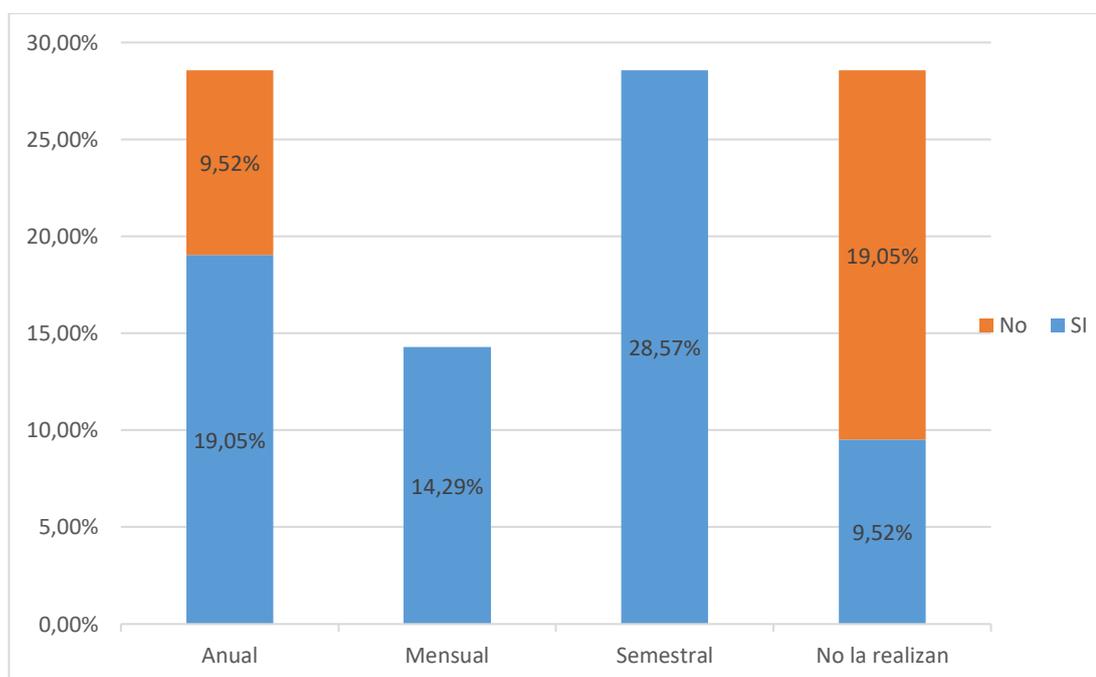
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 35 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 36 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 11. Programas de capacitación y evaluación del desempeño



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Se refleja una relación entre los programas de asensos y capacitaciones dirigido a los trabajadores de la organización y la correspondiente evaluación de desempeño. Se puede apreciar que la mayoría de las entidades que otorgan capacitaciones a sus empleados realizan evaluaciones de desempeño para medir sus parámetros profesionales y como esta información ayuda al desarrollo continuo de la entidad. De acuerdo con los encuestados en 71,43 % conceden capacitaciones a su personal con el objetivo de mejorar sus estrategias en la industria. Dentro de este grupo el 19,05% realiza evaluaciones de desempeño anual, mientras que 14,29% las realiza de forma mensual, mientras que el 28,57% realiza de manera semestral y el 9,52% no realiza evaluaciones a su personal. Por otro lado 28,57% representa a las entidades que no realizan capacitaciones ni asensos al personal, es decir dentro de este grupo el 9,52% hace referencia al personal que no se encuentra capacitado sin embargo si realiza evaluaciones al personal de manera anual, mientras que el 19,05% representa a las empresas que no realizan evaluaciones de desempeño periódicas a sus trabajadores.

Dentro de las organizaciones mantener capacitados a sus colaboradores es una ventaja primordial para el desarrollo en su actividad económica, de modo que las capacitaciones deberían estar también enfocadas en el ámbito tributario como lo respalda en su estudio Vargas, Obregon & Rojas (2018) que identifico que la carencia de información sobre los beneficios e incentivos tributarios con lleva enfrentar limitaciones en las entidades de este sector.

Tabla 17. Situación económica del país y factores políticos-legislativos

Etiquetas de fila	Alto *		Medio *		Bajo *		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto **	9	42,86%	0	0,00%	0	0,00%	9	42,86%
Medio **	3	14,29%	5	23,81%	0	0,00%	8	38,10%
Bajo **	0	0,00%	0	0,00%	4	19,05%	4	19,05%
Total general	12	57,14%	5	23,81%	4	19,05%	21	100,00%

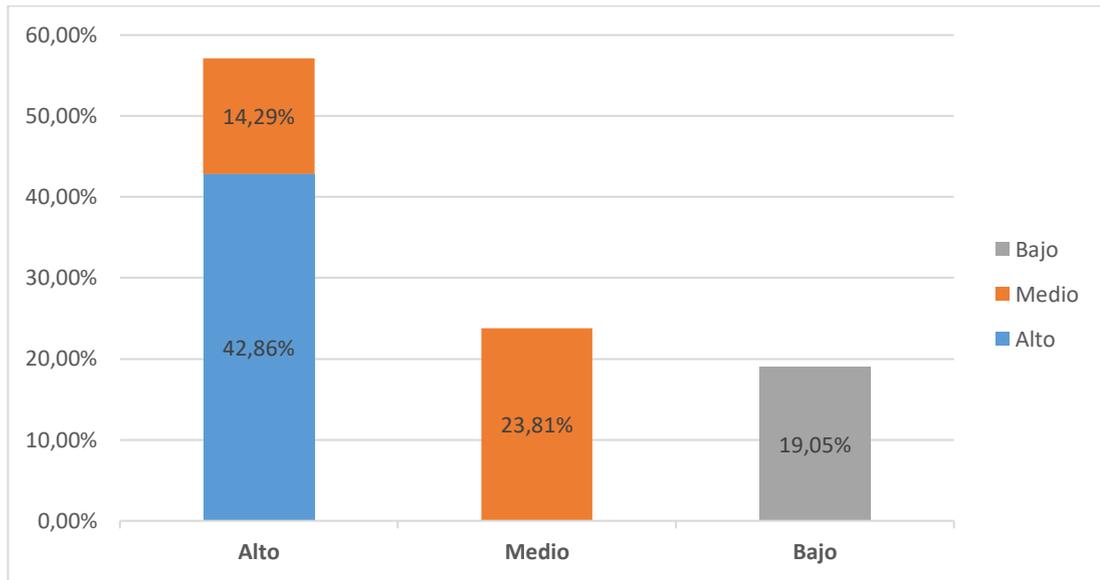
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 39 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 41 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 12. Situación económica del país y factores políticos-legislativos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Al indagar sobre la situación económica del país y los factores políticos- legislativos, se evidencia que las empresas del sector turístico la mayoría se encuentran en un nivel alto-medio al mantenerse instruida sobre temas políticos y legislativos y así hacer frente a los posibles cambios económicos que atraviese el país. El 42,86 % representa un nivel alto mientras que el 14,29% se define en un nivel medio de las empresas que se mantienen actualizadas e informadas sobre la política y reformas tributarias, categorías solo evidenciables al describirse en un nivel alto para afrontar posibles cambios que afecten al sector económico. Además, las entidades que encuentran en un nivel medio representando por un 23,81% reflejan claramente que al estar mediamente informados y tengan menores posibilidades de confrontar situaciones que pongan el riesgo la estabilidad económica de las organizaciones. Por otra parte, el 19,05% refleja que una pequeña parte de las empresas que mantiene niveles bajos de indagación acerca de temas anteriormente mencionados ostentan bajas posibilidades de solucionar dichos conflictos.

En relación con este tema los administradores encargados de dichas compañías tienen la responsabilidad de mantenerse informados sobre los posibles cambios que puedan ocurrir dentro del marco legislativo del Ecuador. Es decir, las reformas que se puedan establecer al otorgar incentivos tributarios para el sector turístico, además en su estudio

realizado por Namagonya (2019) afirma que, aunque los incentivos es una forma de atraer la inversión extranjera perduran varios factores como una estabilidad económica y política de un estado.

Tabla 18. Rentabilidad de la actividad económica y normas legales y tributarias

Etiquetas de fila	Si *		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si **	18	87,50%	18	87,50%
No **	3	12,50%	3	12,50%
Total general	21	100,00%	21	100,00%

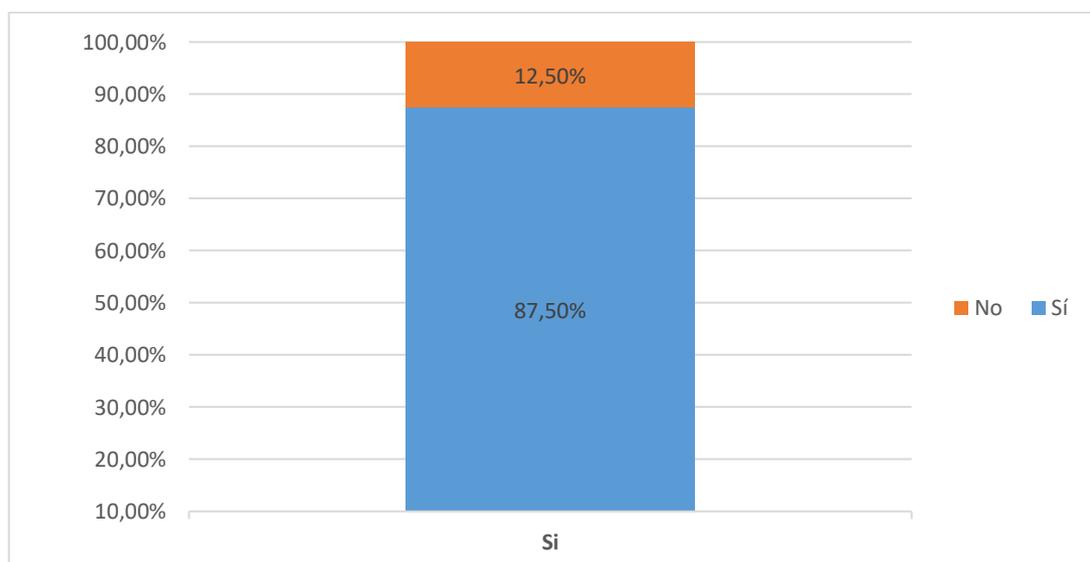
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 30 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 20 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 13. Rentabilidad de la actividad económica y normas legales y tributarias



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Al realizar un sondeo se evidenció una relación entre la rentabilidad que reflejan las entidades y las normas legales y tributarias que deben cumplir las mismas. Uno de los principales objetivos de cada empresa es obtener un margen de rentabilidad elevado al terminar cada ejercicio económico, es por ello que del total de las 21 empresas encuestadas los administradores aseguran que el negocio en el que se desenvuelven considera que es rentable. Además, dentro de este grupo un 87,50% representa a las

organizaciones que cuentan con una planificación tributaria y se encuentran debidamente informadas sobre los valores a pagar sobre diversos impuestos y contribuciones que deben cumplir, sin embargo, el 12,50% restante representa una carencia al realizar una planificación tributaria de manera que puede afectar al cumplimiento de las obligaciones tributarias, por consiguiente cancelar multas por dichos impuestos y acarrear a una desestabilidad económica para las entidades.

Tabla 19. Administración financiera y gestión precio

Etiquetas de fila	Si *		No *		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Costos **	13	59,09%	0	0,00%	13	59,09%
Demanda **	3	13,64%	2	9,09%	5	27,27%
situación competitiva**	0	0,00%	3	13,64%	3	13,64%
Total general	16	72,73%	5	22,73%	21	100,00%

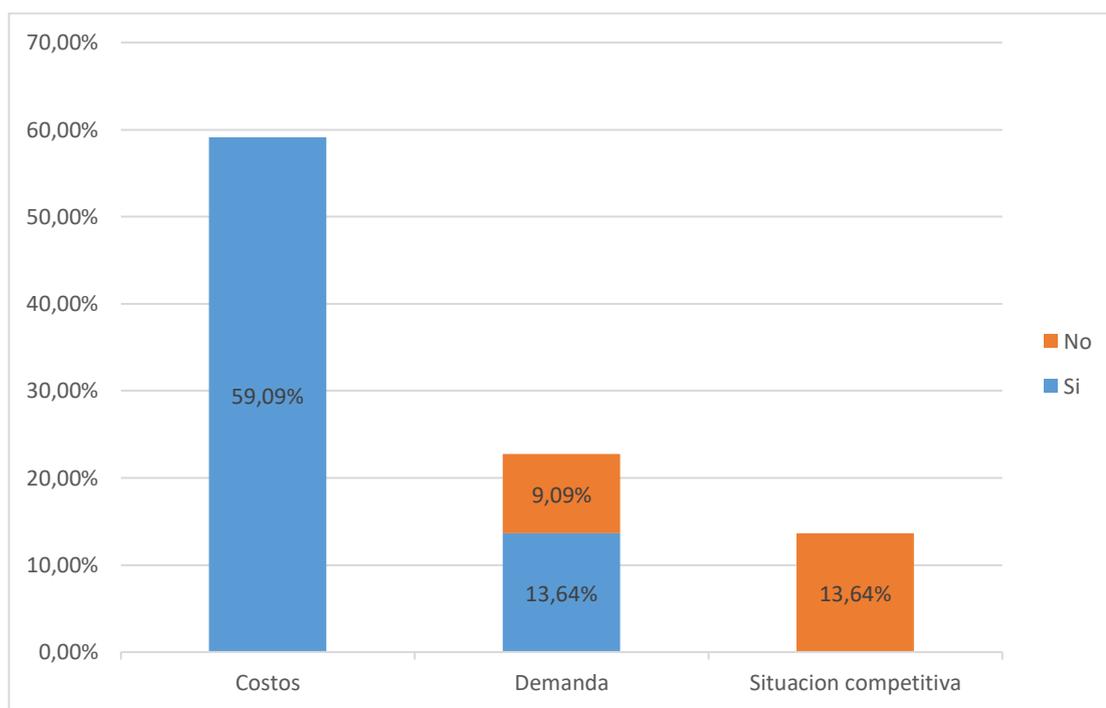
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 32 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 27 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 14. Administración financiera y gestión precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Al indagar sobre la relación entre la administración financiera y la gestión de precios en las empresas del sector turístico. Al instante se puede determinar que la mayoría de

las empresas realizan una oportuna planificación financiera es decir cuentan con presupuestos de ingresos, egresos entre otros, motivo por el cual determinan de manera acertada el costo de cada servicio. Es decir, se obtuvo como resultado que un 72,64% de las organizaciones si realizan una planificación financiera. Dentro de este grupo el 59,09% establecen sus precios de acuerdo con los costos que generan prestar dichos servicios, mientras que el otro 13,64% establecen sus precios en base a la demanda de sus clientes. Por otro lado, el 22,73% representa a las empresas que carecen de una planificación financiera. Dentro de este grupo el 9,09% representa que las entidades establecen sus precios de acuerdo con la demanda, mientras que el 13,64% restante fijan sus precios de acuerdo con la situación competitiva que se encuentre en el mercado.

Tabla 20. Calidad total y cambios tecnológicos

Etiquetas de fila	Si *		No*		Total general	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Siempre **	13	61,90%	4	19,05%	17	80,95%
Casi Siempre **	0	0,00%	4	19,05%	4	19,05%
Total general	13	61,90%	8	38,10%	21	100,00%

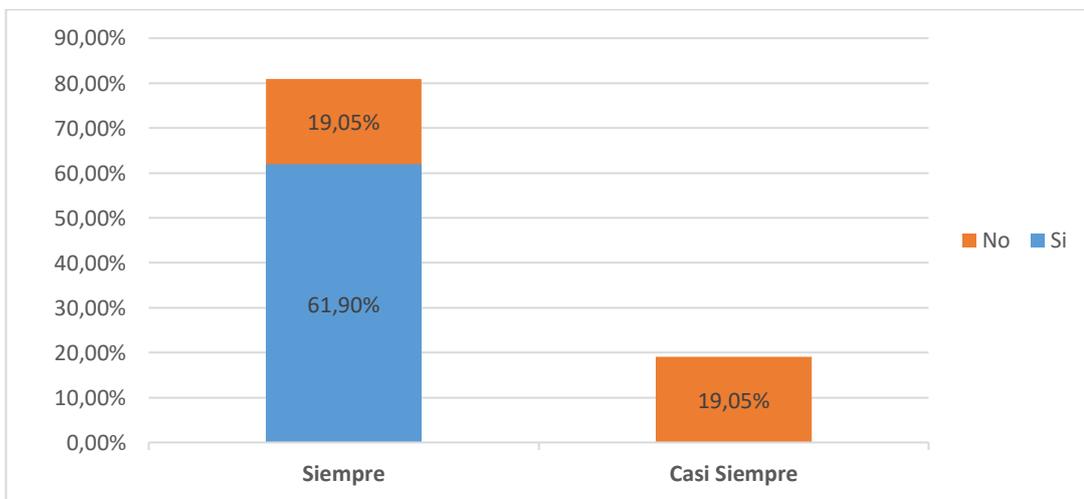
* Categorías de respuesta de la pregunta N.º 29 de la encuesta (anexo 1)

** Categorías de respuesta de la pregunta N.º 40 de la encuesta (anexo 1)

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 15. Calidad total y cambios tecnológicos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenifer Espín

Se pudo determinar una relación entre la calidad de los servicios prestados en el sector turístico y los cambios tecnológicos. De modo que se asocia a la mayoría de las

empresas en este sector económico que se mantienen actualizadas de manera constante sobre los cambios de mejora en los servicios turísticos disponen de certificados o reconocimientos. Se observa que un 61,90% del total de encuestados disponen de un certificado y reconocimiento dentro de la industria motivo por el cual siempre se mantiene informada sobre el progreso en los servicios turísticos. Por otro lado, el 38,10% representa a las entidades que no obtienen certificados ni reconocimientos sin embargo dentro de este grupo el 19,05% menciona que se mantienen siempre enteradas de los cambios de mejora en los servicios, mientras que el 19,05% restante indica que se mantiene casi siempre enteradas de las posibles mejoras en los servicios. En conclusión, las empresas que se mantienen informadas sobre los posibles cambios y mejoras del turismo son las mismas que llegan a obtener certificados o reconocimientos de calidad.

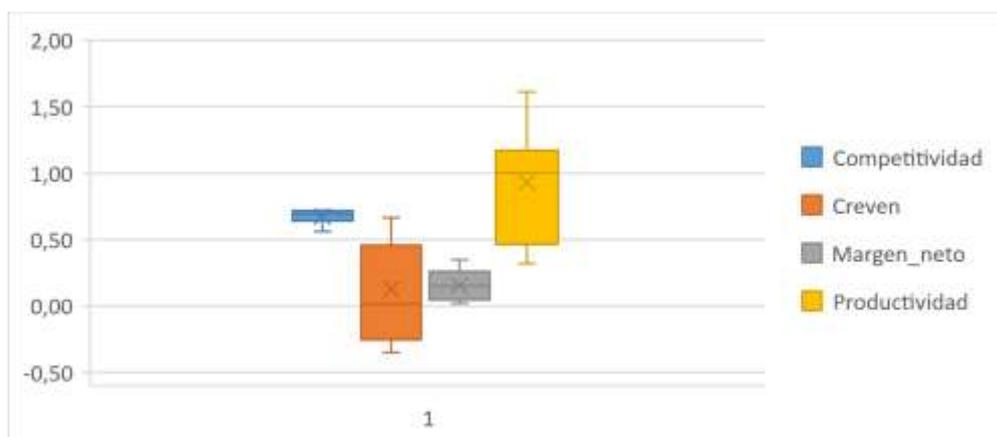
Tabla 21. Competitividad, crecimiento empresarial, margen neto de rentabilidad y productividad

Indicador	Media	Mediana	Desviación estándar
Competitividad	66,32%	67,19%	6,32%
Crecimiento empresarial (ventas)	14,25%	2,73%	27,21%
Margen neto	9,50%	7,08%	9,42%
Productividad	0,91	1,00	0,41

Fuente: Estados financieros publicados por la Superintendencia de Compañías (2020) y Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Jenifer Espín

Gráfico 16. Competitividad, crecimiento empresarial, margen neto de rentabilidad y productividad



Fuente: Estados financieros publicados por la Superintendencia de Compañías (2020) y Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Jenifer Espín

En materia de competitividad y rentabilidad se aprecia un comportamiento homogéneo por parte de las empresas del sector. Esto se lo evidencia al registrarse una baja dispersión (reducida altura de las cajas) en los indicadores de competitividad y rentabilidad (margen neto de rentabilidad), siendo que estos registraron desviaciones estándar de un 6,32% y de un 9,42% respectivamente. Dicha apreciación denota las características del tamaño propio de la industria, es decir, que en materia de rentabilidad y competitividad el sector no es tan diverso como para identificar una mayor variabilidad en estos indicadores, a lo que se añade la homogeneidad de los servicios y de las características propias de la industria. Por otro lado, las empresas registraron heterogeneidad en materia de productividad y crecimiento empresarial, esto dado que se registraron desviaciones estándar de 37,21% y de 0,43 respectivamente. Dichos resultados describen la divergencia, por otro lado, de sus dinámicas de crecimiento que responden a las características intrínsecas al nicho de mercado en el cual operan.

4.2 Verificación de hipótesis

En el presente apartado se procede a comprobar la hipótesis de investigación a partir del análisis del coeficiente de correlación y su significación estadística, para lo cual se parte de las siguientes afirmaciones:

H0: Los beneficios e incentivos tributarios no se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

H1: Los beneficios e incentivos tributarios se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

En una primera instancia se procede primeramente a contrastar la normalidad de los indicadores descriptores de impulso al sector turístico y de beneficios tributarios, resultados que se presentan en la tabla 22.

Tabla 22. Contraste de normalidad de Shapiro – Wilk

Variables	Estadístico de Shapiro - Wilk	Valor p	Hipótesis
Beneficios tributarios	0,9668	0,8742	Normalidad
Competitividad	0,8039	0,0448	No normalidad
Crecimiento en ventas	0,9492	0,7225	Normalidad
Margen neto	0,8927	0,2892	Normalidad
Productividad	0,9567	0,7898	Normalidad

Fuente: Estados financieros publicados por la Superintendencia de Compañías (2020) y Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Jenifer Espín

Se evidencia que todos los indicadores descritos anteriormente siguen una distribución normal a excepción del indicado de competitividad. Esto se lo determina al evidenciarse valores p no significativos al 5% de los estadísticos de Shapiro - Wilk para los indicadores de: beneficios tributarios, crecimiento en ventas, margen neto y de productividad con valoraciones de 0,8742, 0,7225, 0,2892 y de 0,7898 respectivamente. Por otro lado, el valor p del estadístico de contraste para el caso del indicador de productividad fue significativo al 5%, siendo este de 0,0448. En este sentido, se procede a estimar el coeficiente de correlación de Pearson para aquellos indicadores que presenten normalidad en su distribución y el coeficiente de correlación de Spearman para aquellos que no presentaron normalidad en su distribución. Los resultados de dicho análisis se describen en la tabla 24.

Tabla 23. Coeficiente de correlacion de Pearson y Sperman.

Variables	Beneficios tributarios			
	Coeficiente de correlación de Pearson	Valor p	Coeficiente de correlación de Spearman	Valor p
Competitividad	0,4002	0,3737	0,4286	0,3536
Crecimiento en ventas	0,7738	0,0412	0,8214	0,0341
Margen neto	0,7986	0,0313	0,6786	0,1095
Productividad	0,8848	0,0081	0,8571	0,0238

Fuente: Estados financieros publicados por la Superintendencia de Compañías (2020) y Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Jenifer Espín

Tabla 24. Análisis de correlación de los indicadores de impulso y beneficios e incentivos tributarios del sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

Variables	Beneficios e incentivos tributarios	
	Coefficiente de correlación	Valor p
Competitividad	0,4286	0,3536
Crecimiento en ventas	0,7738	0,0412
Margen neto	0,7986	0,0313
Productividad	0,8848	0,0081

Fuente: Estados financieros publicados por la Superintendencia de Compañías (2020) y Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Jenifer Espín

Se determina la existencia de correlación entre los indicadores de impulso sectorial y el indicador de beneficios tributarios, razón por la cual se reconoce que las variables anteriormente descritas se encuentran relacionadas. Esto se lo considera al registrarse valores p significativos al 5% para los casos de las relaciones entre el indicador de beneficios e incentivos tributarios y los indicadores de crecimiento en ventas, margen neto y productividad, siendo estos de 0,0412, de 0,0313 y de 0,008 respectivamente. Considerando que al menos tres dimensiones de impulso sectorial registraron correlación con el indicador de beneficios e incentivos tributarios se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que sostiene que “los beneficios e incentivos tributarios se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi”. Con dicho resultado se reconoce que los beneficios e incentivos tributarios dirigidos al sector han sido efectivos para el desarrollo de este, lo que implicaría una mayor resiliencia al proceso recesivo en la economía.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se determina que ha existido un beneficio moderado en materia de incentivos y beneficios tributarios para con la mayoría de las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi. Dentro de los beneficios e incentivos más sobresalientes para las compañías destacan: exención de impuestos que gravan actos societarios, crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos, deducción de los costos y gastos por concepto de promoción y publicidad y diferimiento del pago del impuesto a la renta e IVA. En este sentido, las organizaciones que realizaron gastos por promoción y publicidad se han beneficiado de la deducción por dicho concepto. De igual manera, la mayor parte de las entidades que realizaron transferencias de bienes inmuebles destinados primordialmente al turismo han sido beneficiadas por exoneraciones de los impuestos de registro y alcabala. Asimismo, una parte importante de compañías que han realizado actividades de comercialización de paquetes turísticos hicieron uso del 100% del crédito tributario dirigido al sector. Por otro lado, se reconoció que los beneficios e incentivos que menos se aplicaron fueron los dirigidos a la deducción de pago al exterior, exención del impuesto a la renta. Se encontró que una gran parte de las empresas del sector turístico no realizan gastos destinados al exterior, por consiguiente, no se mantienen informados sobre dicho incentivo, por lo que tampoco son beneficiarias del mismo.
- Se determinó que el impulso sectorial de la industria turística ha sido alto en materia de productividad y crecimiento empresarial, mientras que ha mantenido ciertas limitaciones en lo que respecta a rentabilidad y crecimiento empresarial. En lo que respecta a las dos primeras variables, se apreció un comportamiento homogéneo por parte de las empresas del sector. Dichos resultados denotarían las características del tamaño propio de la industria, es

decir que, en materia de rentabilidad y competitividad, el sector no es tan diverso como para identificar una mayor variabilidad en estos indicadores, a lo que se añade la homogeneidad de los servicios y de las características de la industria. En contraste, las compañías del sector evidenciaron cierta heterogeneidad en lo que respecta a la productividad y al crecimiento empresarial, lo cual muestra la divergencia de sus dinámicas de crecimiento que responden a las características intrínsecas al nicho de mercado en el cual operan.

- Se identificó la existencia de relación entre los beneficios tributarios y el impulso sectorial de las empresas del sector turístico en la provincia de Cotopaxi, esto dado que se evidenció que algunos indicadores de esta última variable estuvieron correlacionados con el indicador de beneficios e incentivos tributarios. En este sentido, el crecimiento en ventas, el margen neto de rentabilidad y la productividad de las compañías en la prestación del servicio identificaron una correlación positiva con el indicador de incentivos tributarios dirigidos al sector. Esto denota que, frente a un mayor beneficio experimentado por las instituciones en materia de incentivos tributarios, el impulso en las tres dimensiones anteriormente descritas será mayor. Con estos resultados se comprobó la hipótesis de investigación que sostiene que los beneficios e incentivos tributarios se relacionan con el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi. Con ello también se reconoce que dichas políticas han sido efectivas para el desarrollo del sector, lo que implicaría también una mayor resiliencia a procesos recesivos en la economía.

5.2 Recomendaciones

- Considerando que se encontró que solo una pequeña parte de organizaciones que generan gastos de material publicitario y promoción se benefician de las deducciones establecidas por dicho concepto, se recomienda a las mismas que contabilicen cualquier tipo de gasto incurrido en materia de dichos tipos de erogaciones para que exista un mayor beneficio en materia de reducción de la carga impositiva por concepto de generación de renta.

- Considerando que el impulso sectorial de la industria turística ha sido bajo en lo que respecta a rentabilidad y crecimiento empresarial, se recomienda intensificar actividades de promoción de destinos turísticos y de la asociatividad empresarial para dicho fin, de manera que la publicidad pueda ser direccionada a sectores del mercado inaccesibles en temas de difusión turística como es el ámbito internacional.

- Dado que se identificó la existencia de relación entre los beneficios tributarios y el impulso sectorial de las empresas del sector turístico en la provincia de Cotopaxi, se recomienda a los órganos rectores de política tributaria como es el caso del Ministerio de Finanzas y la Asamblea Nacional, la cual tiene la responsabilidad de legislar en este ámbito, intensificar los instrumentos incurridos o de prologar su vigencia hasta que la economía y, especialmente, la demanda turística entren en un proceso de recuperación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aching, C. (2017). *Guía rápida: ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia*. Lima: El Cid Editor.
- Acosta, M., & Jiménez, M. (2020). Modelo de gestión empresarial del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 5(5), 115-131.
- Aguilar, P. (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. *Pensamiento & Gestión*, 1(32), 1-23.
- Álamo, R. (2017). La importancia del sector turístico y una fiscalidad adecuada al mismo. *Crónica Tributaria*(160), 7-38. Obtenido de <https://www.ief.es/vdocs/publicaciones/1/160.pdf#page=7>
- Álvarez, S. (2010). *Diccionario de economía pública* (Primera ed.). Madrid, España: Ecobook - Editorial del Economista.
- Athiphat, M. (2016). Assessing tax incentives for investment: a case study of Thailand. *Southeast Asian Journal of Economics*, 4(2), 105-128. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Desktop/TESIS/Libros,%20Articulos/Antecedentes%20Investigativos/19.-%2072968-Article%20Text-172955-4-10-20190417.pdf
- Ballou, R. (2004). *Logística administración de la cadena de suministro* (Quinta edición ed.). México: Pearson. Prentice Hall.
- Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de negocios*, 6(13), 66-73. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005>
- Bermúdez, L., & Rodríguez, L. (2013). *Investigación en la gestión empresarial*. Bogotá: ECOE Ediciones.

- Bernal, M., & Rodríguez, D. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 85-96.
- Blázquez, F. (2018). *Los incentivos fiscales como factor del crecimiento empresarial : análisis empírico de la reserva para inversiones en Canarias(Tesis Doctoral)*. España: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2020). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165-195. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20503107.pdf>
- Briseño, H. (2017). *Indicadores Financieros*. Ediciones Umbral .
- Calvache, P., & Cajiao, M. (2017). Incentivos tributarios de la última década y sus beneficios a las personas jurídicas y al Estado. *Publicando*, 4(11), 192-200. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6115164>
- Canalicchio, P. (2020). Gestión estratégica en recursos humanos. *Hologramática*, 33(4), 19-44.
- Castaño, L., & Gutiérrez, A. (2018). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del Área Metropolitana Centro Occidente AMCO (Tesis de grado)*. Pereira, Colombia: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Cejas, M., Mendoza, D., Albán, C., & Frías, E. (2020). Caracterización del perfil de las competencias laborales en el docente universitario. *Orbis*, 15(45), 23-37.
- Chiavennato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019). *Los incentivos fiscales a las empresas en América Latina y el Caribe*. Obtenido de la página web de la Los incentivos fiscales a las empresas en América Latina y el Caribe:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/44787-incentivos-fiscales-empresas-america-latina-caribe>

Córdoba, M. (2017). *Finanzas Públicas* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Correa, A., & Gutierrez, F. (2018). Medición de la productividad en empresas de servicios y su impacto en la salud mental de los trabajadores. *Sistemas, cibernética e informática*, 15(1), 190-195. Obtenido de [http://www.iiisci.org/journal/CV\\$/risi/pdfs/CA126DI17.pdf](http://www.iiisci.org/journal/CV$/risi/pdfs/CA126DI17.pdf)

Crespo, C. M. (2011). *El crédito tributario y su incidencia en la liquidez de los sujetos pasivos del iva en la provincia de tungurahua por el período impositivo 2011.*(Tesis de Maestría). Ambato: Universidad Técnica e Ambato.

Escobar, M. (2005). Las competencias laborales: ¿La estrategia laboral para la competitividad de las organizaciones? *Estudios Gerenciales*, 21(96), 31-55.

Escorsa, P., & Valls, J. (2021). *Tecnología e innovación en la empresa*. México: Ediciones UPC.

Fau, M. (2011). *Diccionario básico de economía* (Segunda ed.). Buenos Aires: La Bisagra.

Galarza, I., Aguinaga, C., López, P., & Molina, R. (2020). Competencias laborales en el sector de la restauración: Un marco de competencias clave para su gestión. *Anuario Turismo y Sociedad*, 27(1), 161-181.

García, D., Vargas, H., & Restrepo, J. (2020). El turismo de naturaleza: educación ambiental y beneficios tributarios para el desarrollo del Caquetà. *Aglala*, 11(1), 107-132. Obtenido de <https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/1568>

Godoy, A., & Greco, O. (2006). *Diccionario contable y comercial* (Tercera ed.). Argentina: Valletta Ediciones S.R.L.

- Guajardo, G. (2017). *Contabilidad financiera* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Gudkov, A., Dedkova, E., & Dudina, K. (2017). Tax incentives as a factor of effective development of domestic tourism industry in Russia. *Business Perspectives*, 13(2), 90-101. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Desktop/TESIS/Libros,%20Articulos/Antecedentes%20Investigativos/14.-Tax_incentives_as_a_factor_of_effective_developmen.pdf
- Guerrero, G., & Sandoval, J. M. (2018). *Aplicación de incentivos tributarios del impuesto a la renta en pequeñas empresas comerciales del sector norte del distrito metropolitano de Quito (Tesis de Maestría)*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130.
- Jorratt, M. (Junio de 2017). *Análisis del gasto tributario y propuestas de incentivos fiscales a la inversión y al empleo en ecuador*. Obtenido de de la pag web Repositorio Digital FLACSO Ecuador: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3870/1/REXTN-F04-01-Jorratt.pdf>
- Leguizamón, J. (2019). Estímulos tributarios y hotelería en Colombia. *Economía & Región*, 13(1), 177-198. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7752314>
- Ley de Régimen Tributario Interno , Capítulo IV, Art. 13 (2004).
- Ley de Régimen Tributario Interno , Capítulo III, Art. 9.1 (2004).
- Ley de Régimen Tributario Interno , Capítulo III, Art.66 (2004).
- Ley de Régimen Tributario Interno, Capítulo IV, Art. 10 (2004).

Ley de Régimen Tributario Interno, Capítulo IV, Art. 10 (2020).

Ley de Turismo, Capítulo VII, Art. 26 numeral 2 (2002).

Ley de Turismo, Capítulo VII, Art 26 numeral 3 (2002).

Ley de Turismo, Capítulo VII, Art.27 (2002).

Ley de Turismo, Capítulo VII, Art.28 (2002).

Ley de Turismo, Capítulo VII, Art. 26 numeral 1 (2002).

Ley de Turismo, Capítulo VII, Art. 26 numeral 1 (2018).

Leyva, A., Cavazos, J., & Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-20.

Matute, J., & Quevedo, A. (2017). *Incentivos tributarios a las operadoras de turismo en la provincia de Santa Elena (tesis de grado)*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Mejía, O., Pino, R., & Parrales, C. (2019). Políticas tributarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. Aproximación a un modelo teórico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1147-1165. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051010>

Molina, P. (2019). *Los incentivos tributarios previstos en el código orgánico de la producción, comercio e inversión*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Morillo, B. (2012). Gestión del talento humano por competencias: una aproximación teórica en el contexto de la nueva universidad politécnica Andrés Bello. *Gestión y Gerencia*, 6(2), 48-69. Obtenido de

file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-GestionDelTalentoHumanoPorCompetencias-5303710.pdf

Moya, A. (2017). *Análisis del crédito tributario por el impuesto a la renta En La Liquidez De Las Empresas Con Exoneración Tributaria caso Miviltech S.A (Tesis de grado)*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Munyanyi, W., & Chiromba, C. (2019). Tax incentives and investment expansion: evidence from Zimbabwe's tourism industry. *AD-minister*(27), 27 - 51. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Desktop/TESIS/Libros,%20Articulos/Antecedentes%20Investigativos/15.%20document%20(4).pdf

Namagonya, K. (2019). *An evaluation of the law in relation to tax incentives in the tourism sector in Malawi*. Lusaka: Cavendish University Zambia.

Navarro, E., & Jiménez, E. (2017). *Fundamentos de la investigación y de la innovación educativa*. Madrid: UNIR Editorial.

Nikolaevna, E. E. (2017). Taxation as a tool of improvement of competitiveness of small enterprises in the sphere of tourism. *World Applied Sciences Journal*, 24(11), 1455-1459. Obtenido de <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.388.3630&rep=rep1&type=pdf>

Onyango, M. (2015). *The effect of tax incentives on financial performance of five-star hotels in Nairobi county*. Kenia: University of Nairobi.

Ortega, J., Piraquive, G., Hernandez, G., Soto, C., Prada, S., & Ramirez, J. (2018). Incidencia fiscal de los incentivos tributarios. *Planeacion y Desarrollo*, 31(3). doi:https://mpira.ub.uni-muenchen.de/14016/1/MPRA_paper_14016.pdf

- Paredes, E. (2018). *Los beneficios tributarios y el impuesto a la renta de las sociedades designadas como contribuyente especial de la ciudad de Ambato (Tesis de Grado)*. Ambato: Universidad Técnica de Amabato.
- Parys, S. V., & James, S. (2010). *The effectiveness of tax incentives in attracting FDI: evidence from the tourism sector in the Caribbean*. Washington DC: Ghent University,. Obtenido de https://wps-feb.ugent.be/Papers/wp_10_675.pdf
- Pastor, L. (2016). La fiscalidad del turisinternacionalmo desde una perspectiva internacional. *Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*(20), 147-160. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322142550009.pdf>
- Paz, J., & Cepeda, M. (2017). *Historia de los impuestos en Ecuador: visión sobre el régimen impositivo en la historia económica nacional*. Quito: Servicio de rentas internas .
- Peña, A. d. (2018). Comparativo de incentivos turísticos por países latinoamericanos en materia tributaria. *Saber, ciencia y libertad*, 5(2), 165-172. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3997302>
- Pérez, R., Mercado, P., & Martínez, M. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa. *RIDE*, 8(16), 1-24.
- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: Retos y oportunidades en el escenario digital. *GEON*, 7(1), 9-25.
- Puerto, D., & Aguilera, A. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 32, 1-26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Rodas, A., & Rumipulla, R. (2018). *Aplicación de incentivos tributarios y su impacto en el desempeño financiero de las empresas del sector manufacturero y de*

comercio del ecuador en el período 2015-2018. (tesis de maestría). Cuenca: Universidad del Azuay.

Rodríguez, C. (2018). *El nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas* (Primera ed.). Tlaquepaque, México: ITESCO.

Rodriguez, M. (2019). Implementación de los incentivos tributarios en el Ecuador como instrumento para la atracción de la inversión extranjera directa. *Centro Sur*, 4(2), 237 -251. doi:<https://doi.org/10.37955/cs.v4i2.83>

Rubio, P. (2019). *Introducción a la gestión empresarial*. México: McGraw-Hill.

Sánchez, E., & Fernández, F. (2018). La relación entre la política tributaria y el control del tabaquismo en Cuba. *Correo Científico Médico de Holguín*, 2(1), 238-249.

Sánchez, L., & Hablich, F. (2018). Contribución de la planificación tributaria en el turismo ecuatoriano. *Espacios*, 39(51), 15-27. Obtenido de <http://es.revistaespacios.com/a18v39n51/a18v39n51p15.pdf>

Siguenza, S., Sandoval, K., Vizcaíno, A., Giron, E., Erazo, S., & Jimbo, L. (2020). La política fiscal y su incidencia en la cultura tributaria del Ecuador. *Revista Espacios*, 41(47), 161-175. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n47/a20v41n47p12.pdf>

Superintendencia de Compañías. (2021). *Portal de información*. Obtenido de la página web de la Superintendencia de Compañías: <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInfor/consultaPrincipal.zul>

Ticona, F. (2017). *Política de incentivos tributarios para la promoción del turismo en Bolivia*. La Paz: Universidad mayor de San Andrés.

Toy, J., & Mak, J. (2017). *Tax incentives in tourism: Hawaii's hotel remodeling and construction tax credits*. Manoa: University of Hawaii.

- Tucker, I. B. (2002). *Fundamentos de Economía* (Tercera ed.). México: International Thomson Editores, S.A.
- Vargas, G., Obregon, I., & Rojas, I. (2018). Beneficios tributarios para los servicios hoteleros y ecoturísticos, con énfasis en el Departamento del Caquetá. *FACCEA*, 2(1), 40-47. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/1568-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4574-2-10-20200817.pdf
- Velasco, L. (2019). *Evaluación del Iva cobrado Iva pagado en el sector comercial ecuatoriano formal, períodos 2006-2009 (Tesis de Maestría)*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
- Vidal, G. (2017). *Anàlisis y evaluaciòn de la aplicacion de los incentivos tributarios contenidos en el còdigo orgànico de la producciòn, comercio e inversiones, en las empresas de la provincia de Azuay, periòdo 2011-2015 (Tesis de grado)*. Cuenca: Universidad de Cuenca .
- Villagómez, L. (2016). *Incentivos tributarios y el impacto a la renta al sector metal mecánico de la ciudad de Ambato en el año 2015.(Tesis de grado)*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Yaguache, M., Higuerey, Á., & Inga, E. (2019). Incentivos fiscales, liquidez y solvencia en las empresas del Ecuador. *Venezolana de Gerencia*, 2, 361-373. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446020>
- Yangali, N. (2020). *Aspectos fundamentales de política fiscal y sistema tributario*. Obtenido de la página web de la Universidad Marcelino Champagnat: file:///C:/Users/PC/Desktop/TESIS/Libros,%20Articulos/CAPITULOS/Política%20tributaria.pdf
- Yangali, N. (2020). *Aspectos fundamentales de política fiscal y sistema tributario*. Obtenido de la página web de la Universidad Marcelino Champagnat: http://med.utrivium.com/cursos/135/trb_c1_u1_p1_lectura_fundamentos_politica_tributaria_yangali.pdf

Zhangallimbay, C. d., & Arroba, I. (2017). Beneficios e incentivos tributarios y su influencia en la liquidez económica empresarial: Maqsum Cía. Ltda. *Eumednet*, 140-158. Obtenido de [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/F8DBB0D1F6A37915052582AB005C4CAF/\\$FILE/empresa-maqsum.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/F8DBB0D1F6A37915052582AB005C4CAF/$FILE/empresa-maqsum.pdf)

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Objetivo: Analizar el impacto de los beneficios e incentivos tributarios en el impulso del sector turístico en la Provincia de Cotopaxi.

Dirigido a: Representantes de las compañías.

1. ¿La empresa ha realizado gastos de publicidad y promoción?

Si () No ()

2. ¿En qué nivel se ha beneficiado la empresa por las deducciones de costos y gastos por publicidad y promoción?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

3. ¿La empresa ha realizado gastos efectuados al exterior por concepto de comisiones y promoción por los servicios de turismo?

Si () No ()

4. ¿En qué forma se ha beneficiado por la deducción de los gastos efectuados al exterior por concepto de comisiones y promoción por los servicios de turismo?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

5. ¿Considera que la exoneración del impuesto a la renta en las nuevas inversiones favorece financieramente a la empresa?

Si () No ()

6. ¿En qué nivel se ha beneficiado la empresa en la exoneración del impuesto a la renta en las nuevas inversiones?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

7. ¿En los últimos años la empresa ha realizado un aumento de capital, transformación, escisión, fusión y registro de la empresa?

Si () No ()

8. ¿En qué forma se ha beneficiado la empresa de la exoneración de impuestos al realizar aumento de capital, transformación, escisión, fusión y registro de la empresa?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

9. ¿La empresa ha realizado transferencia de dominio de inmuebles y se ha beneficiado de la exoneración de impuestos por dicho concepto?

Si () No ()

10. ¿En qué nivel se ha beneficiado de la exoneración de impuesto por la transferencia de dominio de inmuebles?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

11. ¿La empresa ha utilizado el crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos a nivel nacional como internacional?

Si () No ()

12. ¿En qué forma se ha beneficiado la empresa del crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

13. ¿Considera que el diferimiento del impuesto al Iva e impuesto a la Renta ha permitido a la empresa mantenerse económicamente estable?

Si () No ()

14. ¿En qué nivel se ha beneficiado la empresa por el diferimiento del impuesto al Iva e impuesto a la Renta?

- Muy beneficiado ()
- Mediante beneficiado ()
- Poco beneficiado ()
- Nada beneficiado ()

15. ¿Cuál es el nivel educativo del gerente?

- Primaria ()
- Secundaria ()
- Técnico – tecnológico ()
- Universitario ()
- Posgrado ()

16. ¿Cuánto tiempo la empresa lleva activa?

- Menos de uno ()
- 1-3 ()
- 3-5 ()
- Más de cinco años ()

17. ¿Considerando los siguientes tipos de decisores, con cuál de ellos se identifica?

- El decisor 1: toma decisiones manejando rigurosamente los recursos involucrados y el impacto en el resultado. ()
- El decisor 2: toma decisiones arriesgadas siendo relevante el resultado más que los recursos invertidos. ()
- El decisor 3: toma decisiones analizando el resultado y los recursos involucrados. ()

18. Considerando las siguientes variables, ¿cuáles han sido definidas y controladas en la empresa?

- Misión ()
- Visión ()
- Valores ()
- Objetivos ()
- Políticas ()
- Resultados ()
- Ninguno de los anteriores ()

19. Cuenta la empresa por escrito y de forma actualizada con:

- Organigrama ()
- Manual de funciones ()
- Manual de procesos y/o procedimientos ()
- Ninguno de los anteriores ()

20. ¿La organización cuenta con una planificación tributaria definida, está informada acerca de los valores a pagar en el periodo gravable de los diversos impuestos, contribuciones y tasas?

Si () No ()

21. ¿La empresa tiene claramente establecida un área comercial?

Si () No ()

22. ¿La empresa tiene claramente definidos sus objetivos, su mercado meta, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización?

Si () No ()

23. ¿Cuenta la empresa con información fundamental sobre sus competidores en el mercado (en cuanto calidad de servicios, tarifa y prestigio)?

Si () No ()

24. ¿La empresa lleva a cabo un proceso de evaluación antes de elegir a sus proveedores?

- Si ()
- No ()
- Algunas veces ()

25. ¿Con que regularidad la organización elabora un Plan de Mercado?

Si () No ()

26. La empresa establece sus precios en base a:

- Costos ()
- Oferta ()
- Demanda ()
- Situación competitiva ()
- Ninguna de las anteriores ()

27. ¿Se utiliza de manera adecuada los recursos destinados para material publicitario?

Si () No ()

28. ¿Dispone la empresa con un certificado o reconocimiento de calidad?

Si () No ()

29. ¿La actividad económica que realiza considera que es rentable?

Si () No ()

30. ¿Con qué propósito la empresa utiliza a las instituciones financieras?

- Inversión ()
- Cubrir gastos ()
- No hace uso de ellas ()

31. ¿Cuenta con una planeación financiera la organización es decir con un flujo de caja, presupuestos de ingreso y egresos entre otros?

Si () No ()

32. ¿En la empresa los trabajadores efectúan sus funciones de forma integrada y armónica?

- Si ()
- En ocasiones ()
- No ()

33. ¿Qué nivel de inglés tiene el personal de la organización?

- Nulo ()
- Bajo ()
- Medio ()
- Alto ()

34. ¿El personal de la empresa dispone de programas de asenso y capacitaciones, además otorga una introducción a los nuevos empleados?

Si () No ()

35. ¿Con qué frecuencia al personal de la empresa se realiza la evaluación de desempeño?

- Mensual ()
- Trimestral ()
- Semestral ()
- Anual ()
- No la realizan ()

36. ¿La empresa elabora un plan preventivo para el mantenimiento de sus equipos?

Si () No ()

37. ¿En qué nivel adquiere la organización sistemas de gestión como: hardware, software, cursos de formación?

- Alto ()
- Moderado ()
- Bajo ()

38. ¿En qué nivel la empresa está debidamente actualizada y preparada para los repentinos cambios económicos (la inflación, incremento en el salario básico, cambios en las tasas de interés)?

- Alto ()
- Moderado ()
- Bajo ()

39. ¿La empresa está informada sobre los constantes cambios de mejora en los servicios turísticos?

- Siempre ()
- Casi siempre ()
- Muy pocas veces ()
- Nunca ()

40. ¿En qué nivel la empresa está enterada de temas políticos y legislativos para afrontar posibles cambios?

- Alto ()
- Moderado ()

- Bajo ()

41. ¿La organización se mantiene actualizada sobre temas de gustos, preferencias, hábitos de los turistas y se adapta fácilmente a los cambios?

- Si ()
- En ocasiones ()
- No ()

42. La globalización ha involucrado la apertura de nuevos mercados facilitando la comercialización de productos y servicios. ¿Considera que su negocio está a la vanguardia, para afrontar estas nuevas amenazas y fortalezas?

Si () No ()