

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO EXTENSIÓN LATACUNGA

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA CPA.

“EFECTOS ECONÓMICOS DE LA APLICACIÓN DE IMPUESTOS DIRECTOS E INDIRECTOS EN LAS PYMES DEL CANTÓN LATACUNGA; PERÍODO 2008 - 2010.”

Autor: Lourdes Jacqueline Cayo Molina.

Director: Dra. Carla Acosta.

Codirector: Ing. Nilda Avellan

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad determinar el impacto económico que se generó en las Pymes del cantón Latacunga por el pago de Impuestos directos (Impuesto a la Renta, Impuesto a los consumos especiales, Impuesto Predial, Impuesto sobre activos totales, Impuesto a la propiedad de vehículos) e Impuestos indirectos (Impuesto al valor agregado) durante el período 2008-2010, a fin de definir el efecto positivo o negativo que causan sobre el crecimiento y expansión de estas entidades. Mencionada investigación se divide en los siguientes capítulos.

Se realizó un estudio de mercado mediante una encuesta a una muestra de 52 Pymes entre Personas Naturales, Sociedades del cantón Latacunga para recolectar información sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Se analizó los efectos económicos ocasionados por el pago de impuestos directos e indirectos por las pymes del cantón Latacunga en el que se determinó que estos impuestos tienen efectos de traslación, en el caso del Impuesto a la Renta el pago de este puede ser diferido.

1. INTRODUCCIÓN

La empresa es la unidad básica de la economía de un país, debido a que mediante los intercambios de bienes y servicios con las familias se genera empleo y crecimiento económico. Es indiscutible que las empresas juegan un papel fundamental en el desarrollo y sostenimiento de un país, cuando se analiza la estructura económica de cualquier país encontramos la coexistencia de empresas de distinta envergadura.

En este contexto las Pymes encuentran su razón de ser, ya que constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda una Nación.¹ En la actualidad las Pymes son motores de desarrollo económico y generadores de empleo, entre otros muchos factores relevantes para una economía nacional.

Los impuestos son uno de los instrumentos de mayor importancia con el que cuenta el Estado para promover el desarrollo económico, sobre todo porque a través de éstos se puede influir en los niveles de asignación del ingreso entre la población, ya sea mediante un determinado nivel de tributación entre los distintos estratos o, a través del gasto social, el cual depende en gran medida del nivel de recaudación logrado.

La administración tributaria desde 1999 ha realizado modificaciones importantes dirigido a obtener mayores tributos es así que muchas o la mayoría de empresas y más aún las Pymes están

tratando de equilibrar sus obligaciones en este tiempo empujados por las duras medidas que el Fisco impone mediante multas e intereses.

2. MÉTODOS Y MATERIALES

Describe el método con el que se llevara a efecto la investigación, para el presente estudio se utilizara instrumentos como la encuesta tomando en cuenta métodos de inducción y deducción, con la finalidad de buscar información que será útil y confiable.

MÉTODO INDUCTIVO

Es un modo de razonar que nos lleva:

- a) De lo particular a lo general.
- b) De una parte a un todo.

Inducir es ir más allá de lo evidente. La generalización de los eventos es un proceso que sirve de estructura a todas las ciencias experimentales, ya que éstas—como la física, la química y la biología— se basan (en principio) en la observación de un fenómeno

¹ PORTA,M. Pymes (2011) Recuperado 22 octubre en: <http://www.monografias.com/trabajos12/pyme/pyme.shtml>

(un caso particular) y posteriormente se realizan investigaciones y experimentos que conducen a los científicos a la generalización.²

MÉTODO DEDUCTIVO

Es un tipo de razonamiento que nos lleva:

- a) De lo general a lo particular.
- b) De lo complejo a lo simple.

Pese a que el razonamiento deductivo es una maravillosa herramienta del conocimiento científico, si el avance de la ciencia se diera sólo en función de él, éste sería muy pequeño.³

MÉTODO ALEATORIO SIMPLE

“Una muestra aleatoria simple es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Para obtener una muestra aleatoria simple, cada elemento en la población debe tener la misma probabilidad de ser seleccionado, el plan de muestreo puede no conducir a una muestra aleatoria simple. Por conveniencia, este método puede ser

reemplazado por una tabla de números aleatorios.”⁴ Cuando una población es infinita, es obvio que la tarea de numerar cada elemento de la población es imposible. Por lo tanto, ciertas modificaciones del muestreo aleatorio simple son necesarias. En el caso de esta investigación se seleccionará al azar diferentes pymes y se aplicará el estudio si la empresa acepta colaborar, caso contrario se elegirá otra empresa aplicando el mismo procedimiento.

ENCUESTA

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.⁵ Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación por lo que en este caso se aplicará preguntas abiertas, de selección múltiple

²ONTIVEROS N, Planeación estratégica (2011)Recuperado 10 febrero en: <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1236115440/>
^{3 -36} ONTIVEROS N, Planeación estratégica (2011)Recuperado 10 febrero en:

⁴<http://jaimeprobabilidadyestadistica.blogspot.com/2011/04/muestreo-aleatorio-simple.html>

⁵ Técnicas de investigación(2011) Recuperado febrero 20 en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tecnicas-De-Investigacion/913159.html>

y de opinión con el fin de conseguir suficiente información sobre la cultura tributaria del Ecuador.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para realizar una investigación de campo, en primer lugar, se debe identificar el conjunto de elementos a ser observados, denominados población. “En este caso la población objeto de estudio está constituido por las Pequeñas y Medianas Empresas del cantón Latacunga, resumida en 220 empresas principales”⁶. En segundo lugar, debemos determinar el subconjunto de elementos a los cuales se va a aplicar la encuesta, a este grupo se les denomina muestra.

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

El tamaño adecuado de la muestra para una encuesta relativa a la población está determinado en gran medida por tres factores: Prevalencia estimada de la variable considerada Nivel deseado de confianza (1.64 = 90%) Margen de error

⁶ Base de datos Servicio de Rentas Internas

aceptable (10% = 0.1).Tenemos diversos métodos para establecer el tamaño de la muestra; sin embargo en este caso por tratarse de una población finita, nos basaremos en la siguiente fórmula estadística:

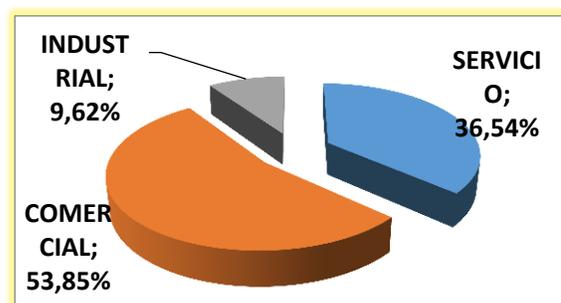
Para la presente investigación la muestra poblacional corresponde a 52 pequeñas y medianas empresas del cantón Latacunga.

3. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA O NEGOCIO

Gráfico No. 1.1: Actividad de la empresa



Elaborado por: Jacqueline Cayo

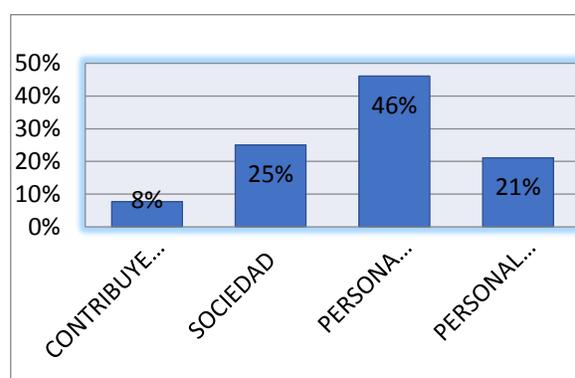
Fuente: Trabajo de campo

De las 52 Pymes encuestadas en el cantón Latacunga el 36,54% que corresponde a 19 empresas se dedican a actividades de servicio, el 53,85% que corresponde a 28 empresas realizan actividades de comercio misma que

predomina en el cantón además dentro de los ingresos tributarios del Ecuador este sector es el principal aportante y el 9,62% se dedican al sector industrial. Cabe señalar también que existe una gran participación de empresas de tipo familiar.

TIPO DE CONTRIBUYENTE

Gráfico No. 1.2: Tipo De Contribuyente



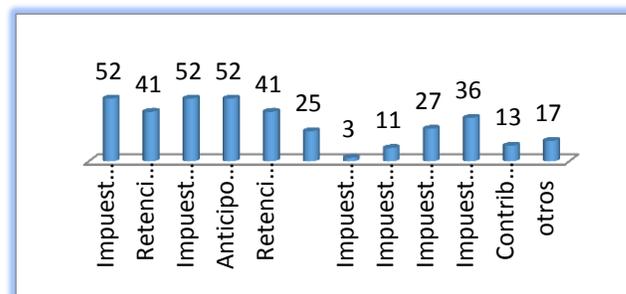
Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

De las Pequeñas y medianas empresas encuestadas en el cantón Latacunga el 8% que corresponde a 4 empresas son contribuyentes especiales, el 25% que corresponde a 13 empresas están constituidas como sociedad, con mayor participación el 46% que corresponde a 24 empresas son Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad y el 21% que corresponde a 11 empresas son Personas Naturales no obligadas a llevar contabilidad.

2. DATOS SOBRE IMPUESTOS

2.1. ¿Qué impuestos declara la empresa?

Gráfico No. 1.3: Impuestos que declara la empresa



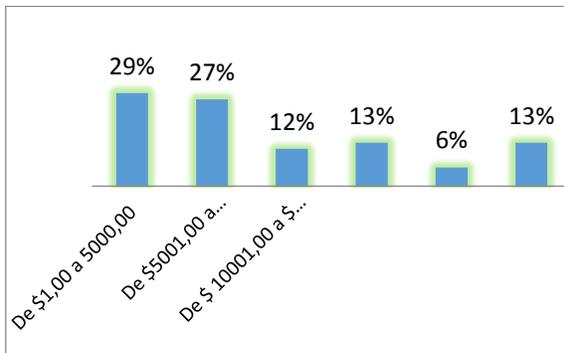
Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Del estudio de mercado aplicado a las Pymes del cantón se determina que 52 empresas declaran el Impuesto al Valor Agregado, 41 entidades Retenciones del IVA, 52 empresas el Impuesto a la Renta y por ende el Anticipo a la Renta, 41 realizan retenciones de la Renta, 25 empresas han señalado que pagan el impuesto a vehículos, 3 entidades declaran el impuesto a consumos especiales, 11 empresas pagan el impuesto a la salida de divisas, 27 empresas han señalado que pagan valores al Impuesto sobre los activos o anteriormente conocido 1x1000, 36 empresas pagan el impuesto predial, 13 empresas cancelan valores de la contribución a la Superintendencia de Compañías, y 17 empresa han señalado que pagan valores a otros impuesto y entre estos se ha señalado

el Impuesto a las patentes municipales. Como vemos el Impuesto a la Renta, el Anticipo, el IVA, y Retenciones son los impuestos que más declaran las Pymes y a la vez coincide con los 4 principales ingresos tributarios que tiene el estado ecuatoriano.

2.2. El monto mensual de ventas:

Gráfico No. 1.4: Promedio mensual de ventas

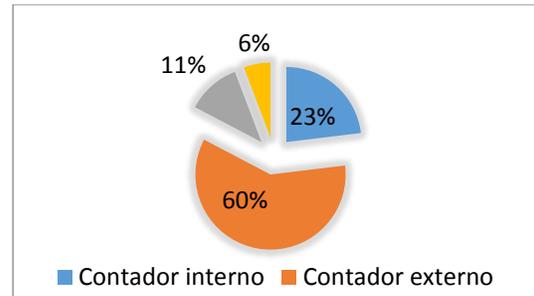


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

El promedio de ventas mensual de las Pymes del cantón Latacunga está repartido en: 29% de las Pymes vende un promedio de \$1 a \$ 5000, el 27% tienen un promedio de \$ 5001 a \$ 10000, el 12% de \$ 10001 a \$ 50000, el 13% de la Pymes de \$ 50000,00 a \$ 100000, el 6% corresponde a \$ 100001 a \$ 200000, y el 13% de la pymes encuestadas un promedio de \$ 200001 en adelante.

2.3. ¿Quién se encarga de realizar su declaración de impuestos?

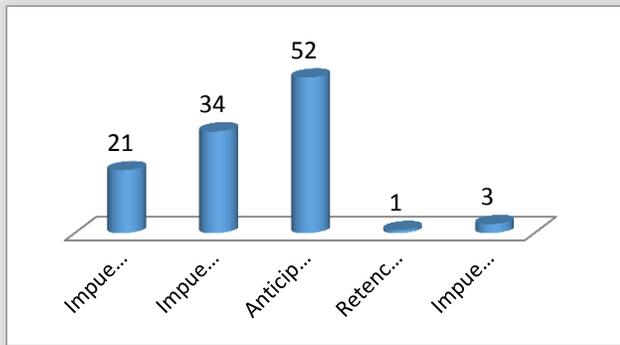
Gráfico No. 1.5: Encargado Declaraciones



Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

En el estudio de mercado realizado, el 23,18% tienen los servicios de un contador interno, el 60% de las pymes contratan los servicios de contador externo esto indica que más de la mitad de las Pymes ponen el manejo de sus impuestos en manos de personas ajenas a la institución y a la vez puede ser un agravante para tener conocimientos claros acerca del manejo y concepto adecuado de impuestos, el 11% de las pymes encuestadas manejan los impuestos sus propietarios, y el 6% manifiestan que otras personas se encargan de manejar sus impuestos señalando que las declaraciones son realizadas por un familiar.

2.4. ¿Qué impuesto considera usted es el más fuerte en cuanto pago y declaración y porque?



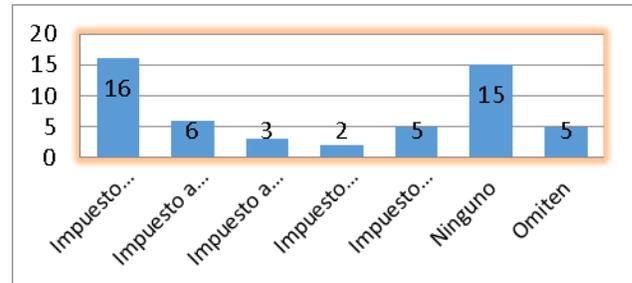
Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

En el estudio de mercado aplicado a las Pymes del cantón se determina que 21 empresas consideran como un impuesto fuerte al Impuesto al Valor Agregado siendo estas comunes las pymes que prestan servicios además mencionan que el valor a pagar del IVA es alto y sube su precio de venta, 34 empresas señalan el Impuesto a la Renta debido a que grava a sus ingresos- ventas, 52 consideran al Anticipo a la Renta debido al cambio de fórmulas para su cálculo, 1 considera fuerte a las retenciones de la Renta porque la mayoría de sus proveedores lo retienen, 3 empresas han señalado al Impuesto a la salida de divisas debido a que deben importar para obtener su mercadería.

2.5. De acuerdo a la actividad o giro de su empresa ¿Qué impuesto considera usted el más justo y cual

el más injusto, refiriéndose a su pago y declaración?

Gráfico No. 4.7: Impuesto Considerado Justo

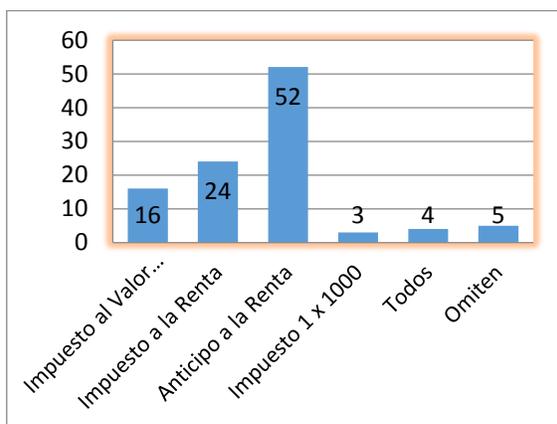


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

El estudio de mercado aplicado a las Pymes del cantón determinó que 16 empresas consideran como un impuesto justo al Impuesto al Valor Agregado ya que se compensan los valores entre compras y ventas por otro lado mencionan que son exclusivos del negocio, 6 entidades consideran justo al Impuesto a la Renta porque se paga en función de sus ganancias, 3 consideran justo el Impuesto a los consumos especiales porque gravan a productos y servicios que no son de primera necesidad y están al alcance de personas con alto poder adquisitivo , 2 pymes consideran justo el impuesto a la salida de divisas, 5 empresas consideran justo al impuesto predial porque es de bajo valor y contribuye

al cantón, 15 pymes encuestadas manifiestan que ningún impuesto es justo, y 5 pymes omiten la pregunta.

Gráfico No. 1.8: Impuesto considerado injusto



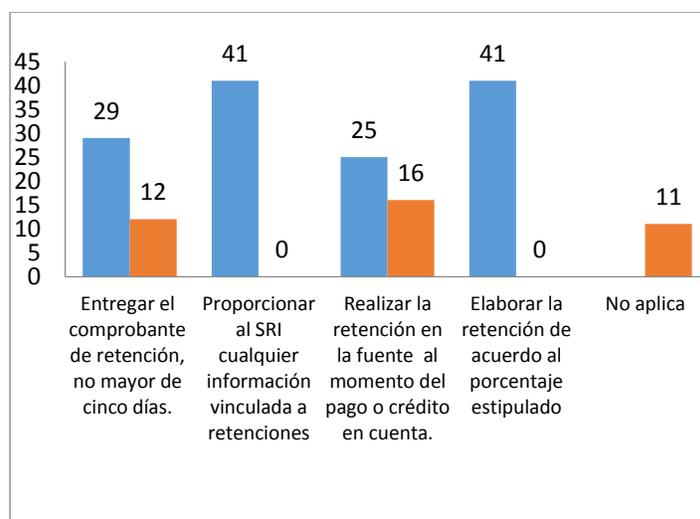
Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Según el estudio de mercado, 16 empresas consideran como injusto al IVA porque es un impuesto que paga toda la colectividad sin tomar en cuenta niveles de ingresos, 24 entidades consideran injusto al Impuesto a la Renta por ser un valor alto a cancelar y principalmente las Pymes coinciden por el anticipo a la renta debido a que aún no se determina si el negocio va a obtener pérdidas o ganancias sin embargo es un valor que se debe cancelar al estado por lo que en los últimos años han desembolsado grandes cantidades de efectivo y ha bajado su capital de trabajo, 3 pymes consideran injusto el Impuesto sobre

los activos, 4 pymes consideran que todos los impuestos son injustos porque son valores a desembolsar y 5 pymes omiten su respuesta.

2.6. Durante estos 3 últimos años, las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta y del IVA, se han realizado de conformidad a lo establecido a la ley es decir.

Gráfico No. 1.9: Manejo de retenciones



Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

En el manejo de retenciones 29 pymes cumplen con entregar el comprobante de retención en un plazo no mayor de cinco días y 12 pymes no lo hacen debido a que la mayoría de sus proveedores son conocidos y tiene un acuerdo para entregar sus respectivos comprobantes

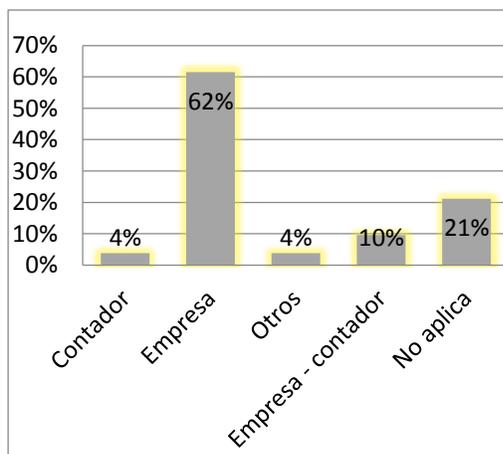
al finalizar el mes, 41 pymes proporcionan al SRI cualquier información vinculada a retenciones, 25 Pequeñas y medianas empresas realizan la retención en la fuente al momento del pago o crédito de la cuenta y 16 no lo hacen porque poseen convenios para poder realizar en el transcurso del mes y por tratarse de ventas-compras a crédito,

11 pymes encuestadas no manejan retenciones. En una entidad que tenga fuertes movimientos en compras recaudar sus comprobantes al finalizar el mes con sus respectivos valores puede ocasionar que no se lleve a cabo la retención y estos valores deban ser asumidos por la empresa.

es el encargado de manejar todas las operaciones de compras, mientras que en el 62% de las pymes la empresa es la que asume estos valores debido a que no se realiza por falta de organización ó por realizar compras inmediatas, el 4% que corresponde a 2 pymes asumen los valores las personas encargadas de realizar la respectiva compra, el 10% que corresponde a 5 empresas asumen los valores su contador por algún error y la empresa por motivos adicionales, el 21% no aplica esta regla que corresponde a 11 pymes. Como vemos existe un alto porcentaje de pymes que asumen los valores no retenidos lo que provoca un gasto adicional no reembolsable para la entidad.

2.7. ¿Si por alguna circunstancia no se realizó el comprobante de retención quien asume ese valor?

Gráfico No. 1.10: Persona asume valor retención

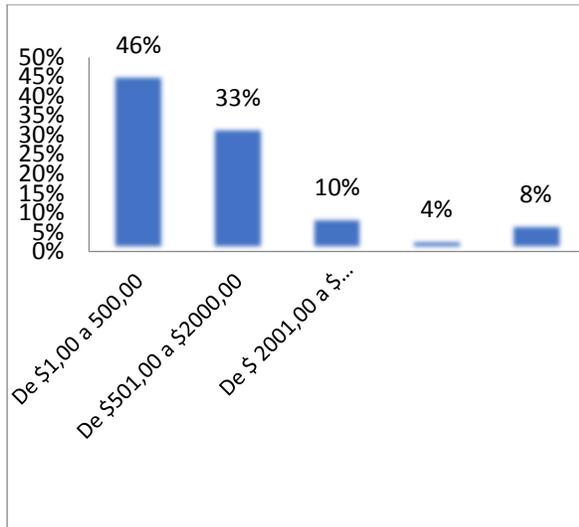


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

La persona que asume el valor de la retención en caso de no realizarla en 2 empresas la asume el contador porque

2.8. ¿Cuál es el monto aproximado que usted declara por sus impuestos percibidos de forma mensual?

Gráfico No. 1.11: Monto Mensual de Imp. Percibidos

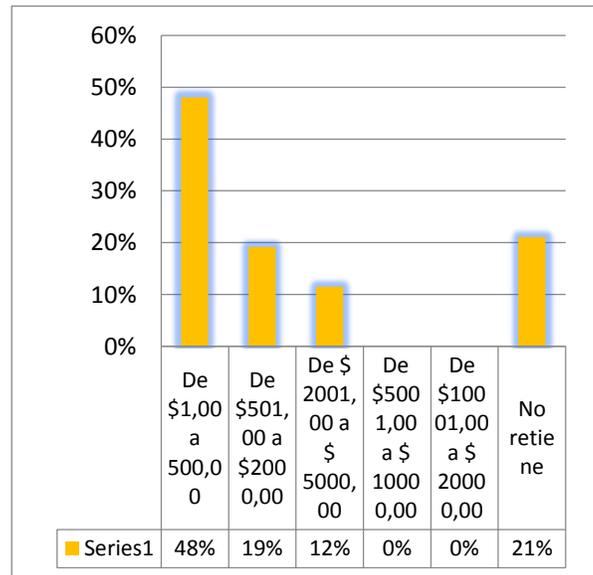


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

El promedio mensual de Impuestos percibidos de las Pymes del cantón Latacunga está repartido en: 46% que equivale a 24 empresas un promedio de \$1 a \$ 500, el 33% equivalente 17 empresas tienen un promedio de \$ 501 a \$ 2000, el 10% correspondiente a 5 entidades de \$ 2001 a \$ 5000, el 4% que equivale a 2 de la Pymes de \$ 5001,00 a \$ 10000, el 8% corresponde a 4 pymes percibe de \$ 10001 a \$ 20000. Vemos que estos valores no saldrán del bolsillo del contribuyente ya que son valores que se obtienen del consumidor final.

2.9. ¿Cuál es el monto aproximado que usted declara por sus impuestos retenidos de forma mensual?

Gráfico No. 1.12: Monto mensual Imp. Retenidos

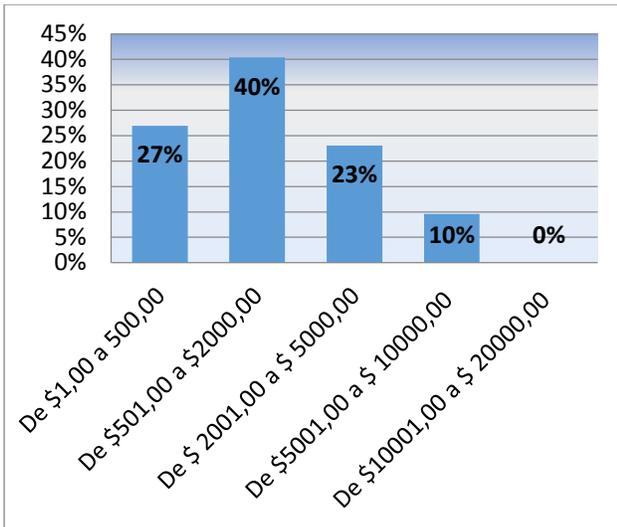


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

El promedio mensual de Impuestos retenidos de las Pymes del cantón Latacunga está repartido en: 48% de las Pymes un promedio de \$1 a \$ 500, el 19% tienen un promedio de \$ 501 a \$ 2000, el 12% de \$ 2001 a \$ 5000, el 21% de la Pymes no retiene, en caso de manejar adecuadamente las retenciones son valores que no salen del flujo de la empresa.

2.10. ¿Cuál es el monto aproximado que usted paga por sus impuestos directos de forma anual? Considerándose el Impuesto a la Renta, Anticipo al impuesto a la renta, I. Vehículos, ICE, Salida de divisas.

Gráfico No. 1.13: Monto anual Impuestos Directos

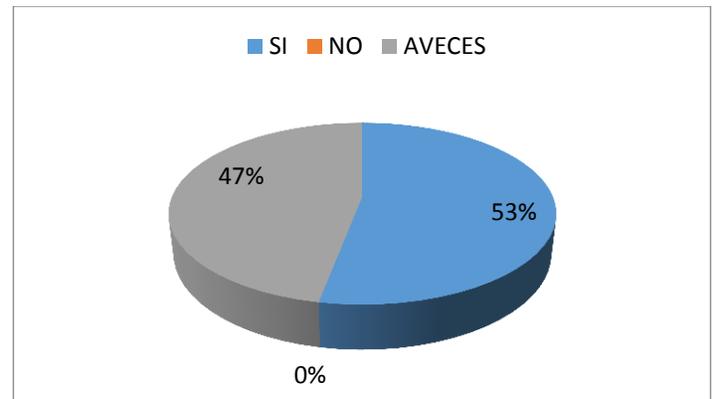


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

El promedio anual de Impuestos directos pagados por las Pymes del cantón Latacunga está repartido en: 27% que corresponde a 14 Pymes un promedio de \$1 a \$ 500, el 40% que corresponde 21 empresas tienen un promedio de \$ 501 a \$ 2000, el 23% equivalente a 12 empresas de \$ 2001 a \$ 5000, el 10% correspondiente a 5 pymes de \$5001 a \$ 10000. La mayoría de las pymes declara por impuestos directos un promedio de \$ 1000,00 mismo valor que se debe tomar en cuenta entre los desembolsos de la empresa pues estos si afectan a la liquidez de la empresa.

2.11. ¿Usted posee liquidez para la fecha de pago de sus impuestos?

Gráfico No. 1.14: Liquidez pago Impuestos

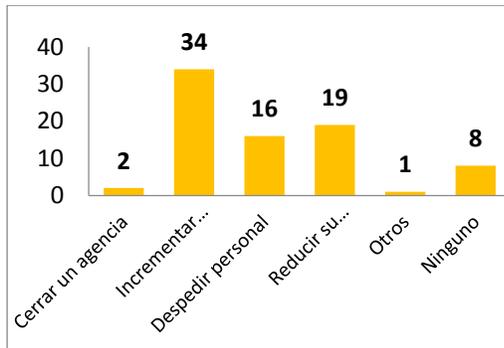


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Tabla No 4.16

El 53% que corresponde 28 pequeñas y medianas empresas poseen liquidez a la fecha de pago de sus impuestos, el 47% de las pymes que corresponde a 24 empresas poseen liquidez a veces, manifestando entre sus alternativas de financiamiento Tarjeta de crédito, Sobregiro, Recuperación cartera, Retrasar declaración, Préstamo bancario, Préstamo familiar. Situación que no se debe dar pues las pymes declaran mensualmente impuestos que generalmente son de percepción y retención, incurrir en alguna forma de financiamiento representa un gasto para la institución.

2.12. Las políticas fiscales y tributarias han afectado a la empresa ocasionando factores negativos como:

Gráfico No. 1.15: Factores negativos política tributaria



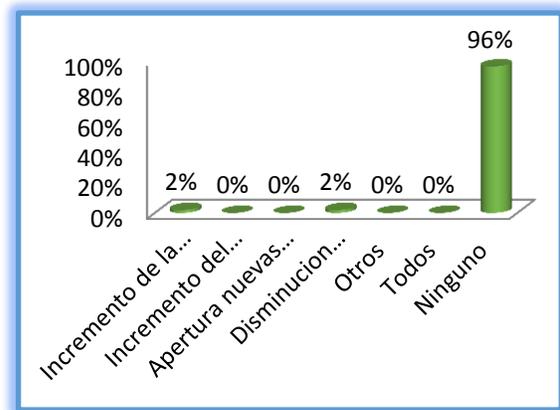
Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Las pymes del cantón Latacunga consideran entre los factores negativos de la política tributaria los siguientes: cerrar agencias 2 pymes, incrementar precios de venta 34 entidades mismo hecho que no debe ocurrir pues en los últimos años el impuesto que ha subido su porcentaje de grabación es el I. a la salida de divisas como detallamos anteriormente en el cantón Latacunga según las encuestas aplicadas existe un número reducido de negocios que manejen este impuesto, en cuanto al Impuesto a la Renta se ha ocasionado una rebaja en su porcentaje, 16 pymes señalan que han tenido que despedir personal, 19 empresas reducen su inversión pues al cancelar los valores de impuestos baja su nivel de liquidez y por ende no pueden acceder a invertir en el negocio, otros factores señala 1 empresa manifestando que debe incurrir en costos financieros, y

8 pymes han manifestado que ningún factor ha afectado su negocio.

2.3 Las políticas fiscales y tributarias han afectado a la empresa ocasionando factores positivos como:

Gráfico No. 1.16: Factores positivos políticas tributarias

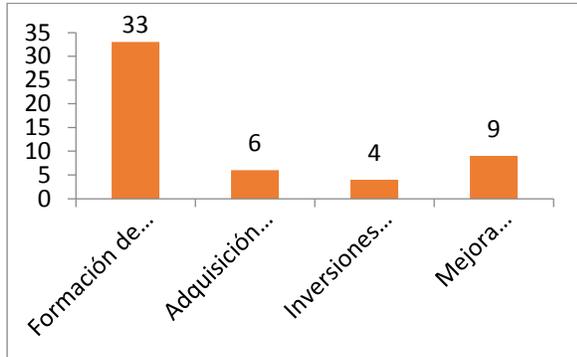


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Entre los factores positivos que han impulsado las políticas fiscales y tributarias manifiestan el 2% que equivale a 1 empresa ha tenido un incremento en la productividad, el 2% que corresponde a 1 empresa pronuncia que el IVA ha permitido bajar su nivel de pagos de impuestos y el 96% que corresponde a 50 empresas mencionan que no han tenido ningún beneficio en cuanto a las políticas fiscales y tributarias emitidas en los últimos años.

2.14 La cantidad de dinero que usted paga por concepto de impuestos directos invertiría en:

Gráfico No. 1.17: Posible Inversión

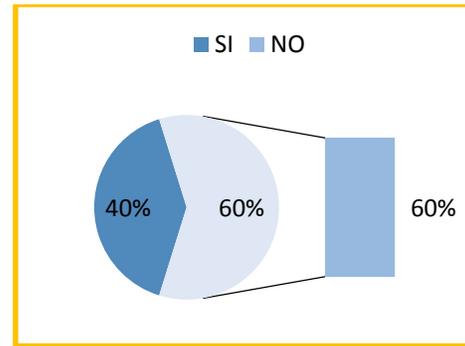


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

De las 52 Pymes encuestadas, 33 mencionan que la cantidad de dinero que destinan para el pago de impuestos utilizarían para formar stock en sus empresas, mientras 6 pymes señalan que adquirirían maquinaria, 4 empresas ubicarían en inversiones financieras como pólizas, y 9 pymes mejorarían la calidad de trabajo.

2.15 ¿Ha recibido cursos o capacitaciones sobre impuestos y declaraciones durante el último año?

Gráfico No. 1.17: Capacitaciones recibidas

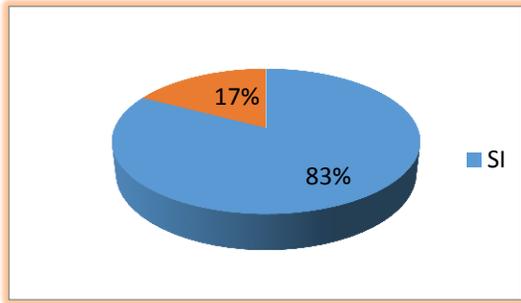


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Las pequeñas y medianas empresas del cantón Latacunga mencionan en cuanto a cursos recibidos sobre impuestos y declaraciones el 40% que corresponde a 21 empresas han recibido cursos relacionados, manifestando que han sido recibidos en FUNDEL, SRI, Colegio De Contadores considerando que la mayoría ha sido en el SRI las personas que han recibido los cursos son los contadores y en tan solo 3 casos los han tomado los propietarios del negocio, por otro lado el 60% que equivale a 31 empresas no han tomado ningún tipo de curso para la declaración de sus impuestos.

2.16 Conoce usted las nuevas sanciones emitidas por el SRI en el caso de no cumplir con las disposiciones tributarias y declaraciones, señale cuáles

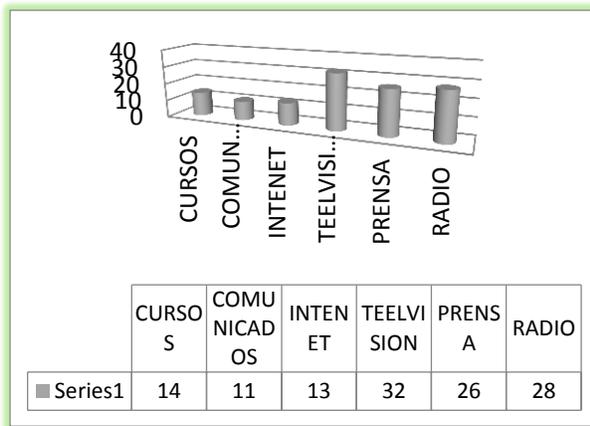
Gráfico No. 1.18: Conocimiento sanciones emitidas por el SRI



Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Sobre las sanciones emitidas por el SRI para incumplimientos tributarios se determina que el 83% que equivale a 43 pymes conoce sobre éstas manifestándose en la mayoría que existen sanciones pecuniarias y clausura del local comercial, mientras que el 17% no tiene una idea clara sobre estas sanciones.

¿Cuál piensa que sería el medio indicado para que se proporcione esa información?

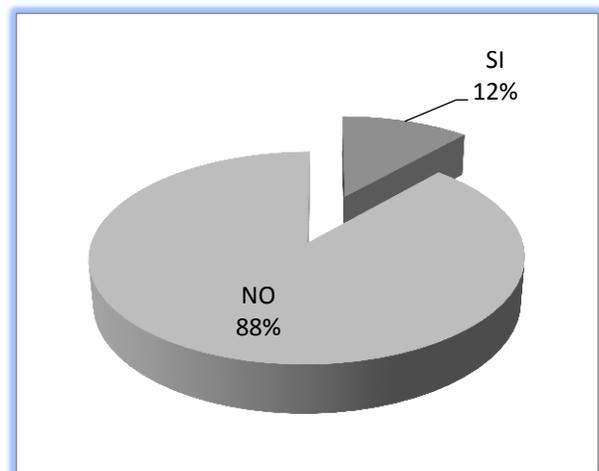


Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

Los medios adecuados para la difusión de las sanciones: 14 pymes que se proporcionen cursos, 11 empresas que se envíen comunicados a las oficinas, 13 empresas que se publique en el internet, 32 pymes que se pase por televisión, 26 que se publique a través de prensa y 28 entidades que se informe a través de radio.

2.14 ¿Conoce usted algunas medidas o incentivos tributarios que proporciona el Estado en la creación de nuevas empresas y en el pago de impuestos que en cierta forma le amporen o favorezcan para disminuir sus impuestos?

Gráfico No. 1.20: Incentivos tributarios



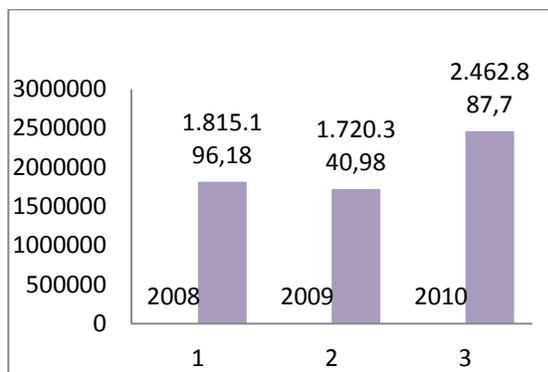
Elaborado por: Jacqueline Cayo
Fuente: Trabajo de campo

De las pymes encuestadas el 12% que corresponde a 6 entidades mencionan

que conocen sobre los incentivos tributarios pero no señalan de forma precisa, mientras que el 88% que corresponde a 46 pymes indican que no tienen conocimiento, lo que puede ser un agravante pues alguna medida puede favorecer a impulsar su actividad económica.

RECAUDACIÓN TRIBUTARIA PERÍODO 2008-2010

Gráfico No. 1.21: Valores aportados Pymes del cantón Latacunga



Elaborado por: Jacqueline Cayo

Fuente: Base de datos SRI

La cantidad que las Pymes de la ciudad de Latacunga han aportado a los ingresos tributarios del país ha variado del 2008 al 2009 con un – 5,23% en la relación al año 2008, mientras que desde el año 2009 al 2010 ha subido en 46,16%, en relación al año 2009. Como vemos en este último año las pymes han aportado en mayor porcentaje, pudiendo responder al mejoramiento de la recaudación tributaria

y a la vez la presión tributaria de nuestro país se ubicó en 19,7%⁷ señalando que en el año 2009 se tuvo una presión de 17,9%⁸.

4. DISCUSIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a las Pymes del cantón Latacunga los impuestos más declarados son: el Impuesto al valor Agregado, retenciones en la fuente, Impuesto a la Renta, anticipo a la renta y Retenciones en la Fuente, como vemos el Impuesto a la Renta es el único impuesto que tiene efecto de percusión, mientras las otras declaraciones mencionadas como mayormente declaradas tienen efecto netamente de traslación. Por lo que el flujo de efectivo de la empresa no se ve afectado pues más bien las pymes actúan como agentes de percepción y retención.

Según el estudio de mercado de las pymes del cantón Latacunga, el 46% de las PYMES encuestadas, de acuerdo a su volumen de ventas mensual tiene que declarar al fisco por

⁷ Comisión Económica de América Latina y el Caribe

⁸ Comisión Económica de América Latina y el Caribe

impuestos percibidos (IVA) una cantidad promedio de 250 dólares, resaltando que dicho valor resulta de la traslación de impuestos, más no grava a la utilidad obtenida por la empresa más bien la persona que paga este impuesto es el consumidor final. Cabe mencionar además que este valor puede ser compensado con compras y ventas de la empresa, lo que no involucra a disminuir los fondos de la empresa.

Por otro lado el 48% de las PYMES, que declaran al fisco una cantidad promedio de 250 dólares, por concepto de impuestos retenidos como resultado de su volumen de gastos mensuales resulta de la traslación de impuestos, ya que los valores a recaudar son producto de las retenciones efectuadas a proveedores. En caso de realizar las retenciones de forma ordenada y como está reglamentado ningún valor debe asumir la empresa por lo que estas cantidades se deben reservar durante todo el mes y cancelarlos al SRI.

En cuanto al monto anual por impuestos directos declarados y

pagados con mayor prevalencia es del 40% con un promedio de desembolso de 750 dólares, mismo valor que las pymes deben tomar en cuenta en su proyección de gastos porque estos impuestos tienen efectos de percusión ya que afecta directamente a los ingresos del sujeto. Pero si la empresa tiene adecuada organización financiera no tendría mayor efecto pues dentro de sus proyecciones debería constar y tener predeterminada cierta cantidad dinero para efecto de pago de sus impuestos directos. Como es el caso del impuesto a la renta se lo realiza anualmente y el anticipo puede ser pagado en dos cuotas.

El promedio mensual de ventas de las pymes del cantón Latacunga es de \$ 2500,00 con una participación del 29% que resulta razonable en cuanto al valor de impuestos directos cancelado por las pymes.

Además el 65% de las pymes señalan que las políticas fiscales y tributarias han ocasionado factores negativos en el giro de su negocio e incluso para poder afrontar los impuestos se han

visto obligados a incrementar precios de venta, mismo factor que provoca que exista el efecto de traslación de la carga impositiva. Sin embargo puede darse que los compradores paguen más y los vendedores reciban menos, independientemente de quién está gravado con el impuesto. Como podemos ver a continuación la variación de la oferta y demanda por el alza de los impuestos.

El 37% señala que ha reducido la inversión, debido a que baja la cantidad de dinero con la que cuenta la entidad para realizar las actividades concernientes al giro del negocio, como es el caso de adquirir nueva mercadería principalmente pues existe mayor número de pymes que se dedica a actividades de comercialización. Cabe mencionar que esto se puede ver distorsionado por mala concepción de los impuestos por parte de los contribuyentes debido a que mensualmente declaran impuestos percibidos y retenidos los mismos que se obtienen de terceras personas, en el momento del pago del anticipo a la renta, impuesto a la renta, en caso de las sociedades la

contribución a la Superintendencia de Compañías puede ocurrir que su flujo de efectivo sea relativamente bajo y de esta manera en esas fechas la entidad no pueda abrir su inversión.

La totalidad de las pymes piensan que el impuesto más fuerte es el Impuesto a la Renta señalando a su anticipo primordialmente lo mismo que se enmarca a la realidad pues el pago de este impuesto tiene un efecto de percusión y al señalar que los últimos años se ha visto afectado por el anticipo se debe a que ha mejorado la forma de recaudación del anticipo, mientras que el 40% de las pymes consideran al IVA como un impuesto fuerte dicho criterio esta fuera del contexto en cómo se debe manejar este impuesto pues este afecta únicamente al consumidor final, tenemos un crédito tributario y este resulta deducible, la persona que piensa que las retenciones de la renta son fuertes podemos deducir que no posee conocimiento que eso representa como crédito a favor de su entidad y resulta deducible para bajar su impuesto a la renta causado en el año. En cuanto a la salida de divisas si

bien resulta fuerte para las personas que deben cancelar este impuesto, se implementó con el fin de evitar fuga de capitales e incentivar la inversión nacional.

Apenas el 31% de las pymes señala que el IVA es un impuesto justo porque pueden compensar con ventas y compras, este porcentaje resulta totalmente bajo debido a que todas las pymes deben tener en cuenta este concepto pues ellos actúan únicamente como sujetos de percepción en el manejo de este impuesto. Ya que el 31% lo consideran como injusto esto resulta totalmente erróneo y respondería a que los contribuyentes no tienen claros los conceptos sobre impuestos y su manejo. Más bien los impuestos directos están bajo el principio de progresividad pues la persona que mayores desembolsos realice por sus impuestos está en función de sus ingresos percibidos, y al mismo tiempo las personas que menores ingresos poseen menor será su aporte. En algunos escritos podemos encontrar que más bien el IVA resulta injusto para el consumidor final debido a que

independientemente de cual fueran sus ingresos debe cancelar el mismo porcentaje por la compra de sus bienes y servicios.

En cuanto al manejo de retenciones vemos que cumplen con lo preestablecido en términos generales pues todos proporcionan información vinculada a sus retenciones al SRI, ciertos puntos desfavorables se dan por la confianza que existe entre comprador y vendedor debido a que los comprobantes de retención son entregados al finalizar el mes.

Sin embargo dentro de algunas entidades por su actividad, dirección, u otros factores no se realiza el comprobante de retención a todas sus facturas de compra y dichos valores tienen que ser asumidos por alguien. En el cual el 62% de las pymes, los valores son asumidos por la propia empresa, dichos valores resulta otro costo adicional para el giro del negocio y a la vez se presente como un efecto negativo para la entidad como veremos a continuación:

El 60% de las pymes tienen un contador externo consideramos como

agravante para que las pymes no lleven los impuestos de forma ordenada o a la vez tengan conocimientos claros sobre el manejo de impuestos. Pues el contador externo se encarga de realizar las declaraciones en base a la ley y el propietario simplemente debe poseer el dinero para pagar sus impuestos, no se encuentra informado porque o de donde salen esas cantidades de dinero, simplemente asumen que los valores referidos por sus contadores son valores a pagar de sus bolsillos.

Se podría señalar como un agravante a que el 60% de las pymes no reciban cursos o capacitaciones acerca de impuestos y la diferencia lo reciba el contador por su propia cuenta más no por iniciativa de la empresa, pues existe un número reducido de empresas que se interesan en el tema de manejo de impuestos.

El 83% de las empresas conoce entre las sanciones del SRI la clausura del local y sanciones económicas, además deben tener conocimiento que de no cumplir con las obligaciones tributarias las

sanciones pueden ser incautación de bienes de forma temporal o permanente, incluso existen sanciones que se configuran como delito de defraudación. Las pymes señalan que el medio de difusión indicado para proporcionar información acerca de los impuestos es la televisión, para dar a conocer información relevante y que sirva para la educación del sujeto pasivo sería necesario que se realice cursos de capacitación con invitaciones exclusivas a cada contribuyente de esta manera van a poder informarse adecuadamente sobre de cómo manejar adecuadamente sus impuestos.

Una vez más se ve reflejado que por falta de educación en cuanto a impuestos el 88% de las pymes encuestadas no conocen ningún incentivo tributario o medidas que favorezcan para disminuir sus impuestos. Y cerca de la mitad de esta muestra considera que los impuestos no favorecen al crecimiento del país por tal motivo no se considera adecuado que los

contribuyentes mantengan esta mentalidad.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Anzola S, “Administración de pequeñas empresas”, Mcgraw-hill, México, 2003.
- Cabanellas g. Ana maría: diccionario de derecho usual, tomo i, 1992, buenos aires – argentina editorial heliasta. (p.356-360)
- Código tributario
- Diccionario de la lengua española, impuestos (2011)
- El telégrafo (2011) competitividad y producción generada desde las micro, vol. No 13, pág. 8-10.
- Ley de régimen tributario interno
- Ley del impuesto a la propiedad de los vehículos motorizados de transporte terrestre
- Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad (Micip), instituto de investigaciones socio-económicas y tecnológicas (Insotec): diagnóstico de la

pequeña y mediana industria, pág. 7, marzo 2002.

- Molina k, (2010) “análisis financiero de las pymes en Latacunga, ingeniería finanzas, ESPEL, ciencias económicas administrativas y de comercio.
- Morales, Rodemil a., (2007), derecho tributario.

AUTOR:

Lourdes Jacqueline Cayo Molina.

DIRECTOR:

Dra. Carla Acosta

CODIRECTOR:

Ing. Nilda Avellan

