

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Marketing

Proyecto de Titulación:

**Plan Estratégico Comunicacional del RISE en la ciudad de
Guayaquil**

Autores:

Ericka Alicia Ruiz Aguirre

José Luis Salas Laurido

Tutor de proyecto:

Ing. Ángel Castro

2011

DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a Dios que me ha dado la oportunidad de estar con vida para cumplir con cada uno de mis logros.

A mi Familia, por acompañarme en cada etapa de mi vida, por haberme guiado siempre por el camino del bien inculcándome valores y sus sabios conocimientos los cuales me han ayudado a nivel personal y profesional.

Ericka Ruiz A.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a Dios y mi familia.

A mi Abuelita Gladys que aunque no esté físicamente conmigo es a quien le debo todo lo que soy hoy en día con cada consejo, regaño, detalle, mirada, caricia me enseñó que en la vida me iba enfrentar a grandes retos y tenía que saber enfrentarlos de la mejor manera siempre con transparencia y con la cabeza en alto, valorándome y valorando a los demás, de esta manera cualquier barrera que se presente en mi camino sea buena o mala iba poder salir de ella, con la conciencia tranquila y honor. Gracias por tus sabias palabras aun las tengo presente.

A mis amados padres (papito Felipe y mamita Mora), por todo lo que me han inculcado, admiro mucho el esfuerzo que hacen día a día por darme todo lo que les parezca necesario, esta es mi manera de agradecer cada lagrима, sudor y sacrificio que hicieron por mí para que sea una profesional, son lo más importante que tengo en mi vida y estoy muy orgullosa de ustedes y del logro que han hecho de mí. Son mi mayor orgullo y ejemplo a seguir, gracias por abrirme las puertas y dejarme crecer personal y profesionalmente, por toda la confianza que me han dado y ser amigos y padres a la vez. También agradezco a mis hermanos, primos y tíos que siempre han sido un apoyo incondicional.

A mis profesores, en especial a Danny Barbery, Jorge Andrade, Ángel Castro y Enrique Guzmán de quienes quedo eternamente agradecida por sus enseñanzas, fueron más que docentes compañeros – amigos.

A todos mis queridos amigos que me han acompañado en cada etapa de mi vida gracias por cada granito de arena aportado en este proyecto y mis compañeros de la universidad.

Por último agradezco a mí querido compañero de tesis José Luis Salas, ya que sin él nada de esto hubiera sido posible. Gracias por el apoyo, paciencia, comprensión, conocimiento y experiencia que vivimos durante estos 5 años de carrera universitaria.

Ericka Ruiz A.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis primero a Dios y a mis padres que me han apoyado incondicionalmente en todo momento y sobre toda adversidad. Gracias mami por todo tu amor, comprensión y sobre todo paciencia, por tu dedicación y preocupación, por permitirme crear un futuro y creer en mis conocimientos.

José Luis Salas.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco Infinitamente a Dios que me ha dado la oportunidad de continuar con el camino que hoy llevo en mi vida junto a mis seres queridos.

A mi hermanita Ana Maria, aunque no se encuentre en el país nunca me ha faltado su apoyo incondicional de amiga y hermana.

A mis abuelos, mami Chabela y papi Flavio aunque no te tenga presente siempre admire tu forma de llevar la vida, con sabiduría y fortaleza, este esfuerzo de mis padres ve dedicado para ustedes.

A mis compañeros y amigos que me brindaron una mano en todo momento y compartieron cada etapa y experiencia vivida junto a mí.

A la Universidad Católica por haberme dado la oportunidad de representar una de las más grandes facultades Especialidades Empresariales, a la carrera de Ingeniería en Marketing por el conocimiento y experiencia vivida en el trascurso de la carrera.

Un profundo agradecimiento a dos grandes maestros Jorque Andrade y Danny Barbery, por compartir sus conocimientos y pasión por el Marketing.

Finalmente agradezco a mi tutor de tesis Ángel castro, por el apoyo y seguimiento que nos ha brindado para que este proyecto sea el mejor

José Luis Salas.

INDICE GENERAL

TEMA

INTRODUCCION

JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

OBJETIVOS DEL PROYECTO

RESULTADOS ESPERADOS

MARCO TEORICO

RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO 1

1 ESTUDIO Y ANALISIS SITUACIONAL	1
1.1 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO	1
1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL SRI	1
1.1.1.1 LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	1
1.1.1.2 ENTORNO POLÍTICO-ECO. Y SOCIAL DE LA CREACIÓN DEL SRI	1
1.1.1.3 EN EL AÑO 2000	3
1.1.1.4 A PARTIR DE 2002	4
1.1.1.5 EL SRI	5
1.1.1.5.1 FACULTADES	5
1.1.1.5.2 LEYES	6
1.1.1.5.3 EL DIRECTORIO	7
1.1.1.5.3.1 EL DIRECTOR	8

1.1.1.5.3.2 MPUESTOS	8
1.1.1.6 CICLO DE GESTION INSTITUCIONAL	9
1.1.1.6.1 NORMATIVA TRIBUTARIA	9
1.1.1.6.2 OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	9
1.1.1.6.3 CONTRIBUYENTES	10
1.1.1.6.4 DIFUSIÓN Y CAPACITACIÓN	10
1.1.1.6.5 PERSONAL	10
1.1.2 MISIÓN	11
1.1.3 VISIÓN	11
1.1.4 VALORES	12
1.1.5 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	13
1.1.5.1 DESAFIOS AL 2013	14
1.1.6 POLÍTICA ECONÓMICA Y GESTIÓN TRIBUTARIA	14
1.1.6.1 PRESIÓN TRIBUTARIA	15
1.1.6.2 CIERRE DE BRECHAS TRIBUTARIAS	16
1.1.6.2.1 CONSOLIDAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL	18
1.1.6.2. 2 AUMENTAR LA PROGRESIVIDAD DEL SISTEMA TRIBUTARIO	19
1.1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	20
1.1.7.1 ADMINISTARCIÓN NACIONAL	20
1.1.7.2 ADMINISTARCIÓN REGIONAL	20
1.1.7.1 ESTRUCTURA ORGANICA DIRECCION NACIONAL	21
1.1.7.2 ESTRUCTURA ORGANICA – ADMINISTRACION REGIONAL	22
1.1.7.3 JURISDICCIÓN DEL SISTEMA OPERATIVO DESCONCENTRADO	23
1.1.8. PRODUCTOS O SERVICIOS	23

1.1.8.1 PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN	23
1.1.8.1.1 SOPORTE JURIDICO	25
1.1.8.1.2 SERVICIOS TRIBUTARIOS	25
1.1.8.2. RUC – FACTURACIÓN – DECLARACIONES	26
1.1.8.2.1 CONTROL TRIBUTARIO	27
1.1.8.2.2 TECNOLOGÍA	28
1.1.8.2.3 DERECHOS DEL CONTRIBUYENTE	28
1.1.8.2.4 RECURSOS HUMANOS	29
1.1.8.3 RISE	29
1.1.8.3.1 ¿QUÉ ES EL RISE?	29
1.1.8.3.2 INSCRIPCIÓN	30
1.1.8.3.3 IMPEDIMENTO DE INSCRIPCIÓN	32
1.1.8.3.4 RENUNCIA	35
1.1.8.3.5 SANCIONES RISE	36
1.1.8.3.6 SUSPENSIÓN DEL RISE	36
1.1.8.3.7 CATEGORIZACIÓN Y RE-CATEGORIZACIÓN DE RISE	37
1.1.8.3.7.1 CATEGORIZACIÓN	39
1.1.8.3.7.2 CUOTAS RISE	42
1.1.8.3.7.3 RE-CATEGORIZACIÓN	46
1.1.8.3.7.4 EXCLUSIÓN	47
1.1.8.3.7.5 OBLIGACIONES	48
1.1.8.3.7.6 EJECUCIÓN OPERATIVA	50
1.1.8.3.7.7 BENEFICIOS	51
1.2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	51

1.2.1 ASPECTOS ECONÓMICOS	51
1.2.1.1 PIB	51
1.2.1.2 INFLACIÓN	56
1.2.1.3 PIB PER CÁPITA	59
1.2.1.4 EVOLUCIÓN DEL SECTOR FISCAL	60
1.2.1.5 HISTÓRICO RECAUDACIÓN RISE	65
1.2.1.6 TASA DE INTERÉS	66
1.2.2 ASPECTOS NATURALES	67
1.2.3 ASPECTOS POLÍTICOS Y LEGALES	67
1.2.4 ASPECTOS SOCIO – CULTURALES	68
1.2.5 DISTRIBUCIÓN DEL PEA	70
1.2.6 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	71
1.2.7 ASPECTOS TECNOLÓGICOS	73
1.3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO SITUACIONAL	78
1.3.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO	78
1.3.2. CICLO DE VIDA DEL SERVICIO	81

CAPÍTULO 2

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	82
2.1. ANTECEDENTE	82
2.1.1. PROBLEMÁTICA	83
2.1.2. HIPÓTESIS	83
2.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	83

2.2.1. OBJETIVO GENERAL	83
2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	83
2.3. METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE MERCADO	84
2.3.1. METODOLOGÍA GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO	84
2.3.2. METODOLOGÍA ESPECÍFICA DE ESTUDIO DE MERCADO	84
2.3.2.1. TIPO CUANTITATIVA – MUESTREO, ENCUESTAS	84
2.3.2.2. TIPO CUALITATIVA – GRUPO FOCAL	85
2.4. SEGMENTACIÓN	85
2.4.1. MACRO-SEGMENTACIÓN	85
2.4.2. MICRO-SEGMENTACIÓN	87
2.5 CONCLUSION DE LA INVESTIGACION ALEATORIA SIMPLE	88
2.5.1 CONCLUSION DE GRUPO FOCAL	88

CAPÍTULO 3

3. PLAN DE MERCADEO: ESTRATEGIA	90
3.1. OBJETIVO DE MARKETING	90
3.2. POSICIONAMIENTO	90
3.2.1. POSICIONAMIENTO TÉCNICO	90
3.2.2. POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO	90
3.2.3. PROPUESTA	90
3.3. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	92

3.3.1. MATRIZ DE ROLES Y MOTIVOS	92
3.3.2. MODELO DE IMPLICACIÓN FCB	93
3.3.3. VENTAJA DIFERENCIAL	94
3.3.3.1. PROPUESTA DE VALOR	94
3.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	94
3.4.1. TIPOS DE INDUSTRIA	94
3.4.2. MODELO E.F.E./E.F.I. PARA APLICACIÓN EN MATRIZ MCKENSEY	95
3.5. ESQUEMA ESTRATÉGICO	96
3.5.1 ESTRATEGIA BÁSICA DE DESARROLLO	96
3.5.2. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	97
3.5.3. ESTRATEGIAS DE MARCA	97
3.5.3.1. ESTRATEGIAS DE MARCAS MÚLTIPLES	97
3.5.4. ESTRATEGIA DE FIDELIZACION	98
3.5.4.1. DIAGRAMA DE FLOR	98
3.5.4.2. DIAGRAMA ESTRATÉGICO	98
CAPÍTULO 4	
4. MARKETING MIX	99
4.1. PRODUCTO / SERVICIO	99
4.1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO	99
4.1.2. PERFIL DEL CONTRIBUYENTE	99

4.1.3. REQUISITOS DEL RISE	99
4.1.4. RESTRICCIONES DEL RISE	100
4.1.5. BENEFICIOS DEL RISE	101
4.2. EVIDENCIA FÍSICA	101
4.2.1 SERVICIOS DEPARTAMENTALES	103
4.2.1.1 SERVICIOS TRIBUTARIOS	103
4.2.1.2 ÁREA DE RUC	103
4.2.1.3 ÁREA DE COMPROBANTES DE VENTA Y RETENCIÓN	103
4.2.1.3.1 COMPROBANTES DE VENTA RISE (nota de venta)	103
4.2.1.4 ÁREA DE CAPACITACIONES	104
4.2.1.4.1 CENTRO DE CONTACTO	104
4.2.1.5 DERECHOS DEL CONTRIBUYENTE	105
4.2.1.6 SECRETARÍA	105
4.2.1.7 DEPARTAMENTO DE RECLAMOS ADMINISTRATIVOS	105
4.2.1.7.1 ADMINISTRATIVO FINANCIERO	105
4.2.1.7.2 CENTRO DE ESTUDIOS FISCALES (CEF)	105
4.3. PRECIO	106
4.4. PLAZA	106
4.4.1. UBICACIÓN	106
4.4.1.1 GUAYAQUIL	106
4.4.1.2 MILAGRO	107

4.5. PROMOCIÓN	107
4.5.1. PLAN COMUNICACIONAL	107
4.5.1.1 PRENSA	108
4.5.1.1.1 DIARIO EXTRA	108
4.5.1.1.2 DIARIO POPULAR “PP El verdadero”	108
4.5.1.2 RADIO	109
4.5.2 RELACIONES PÚBLICAS	111
4.5.2.1 ALIANZAS ESTRATÉGICAS	111
4.5.2.1.1 BANCO DEL BARRIO DE BANCO DE GUAYAQUIL	111
4.5.2.2 MES DEL CONTRIBUYENTE RISE	112
4.5.2.3 PARTICIPACIÓN EN FERIAS	115
4.5.2.4 ENTREVISTAS (TV/RADIO)	118
4.5.2.5 CAMPAÑA SMS	118
4.5.3 MERCHANDISING	120
4.5.4 AUDITORIA DE MARKETING	121
4.5.4.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	121
CAPITULO 5	
5. PRESUPUESTO	122
5.1 PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO	122
5.2 GASTOS DEL PRESUPUESTO DEL GOBIERNO CENTRAL	123

5.3 POLÍTICA FISCAL	123
5.4 IMPORTANCIA DEL SRI EN EL PRESUPUESTO	124
5.6 PATRIMONIO Y FINANCIAMIENTO	125
CONCLUSIONES	135
RECOMENDACIONES	136
BIBLIOGRAFIA	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

AMGRÁFICO 1: OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	13
GRÁFICO 2: PRESIÓN TRIBUTARIA	16
GRÁFICO 3: BRECHAS DE EVASIÓN	17
GRÁFICO 4: CUMPLIMIENTO ESTRATEGICO	18
GRÁFICO 5: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DIRECCIÓN NACIONAL	21
GRÁFICO 6: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ADM. REGIONAL	22
GRÁFICO 7: RISE	30
GRÁFICO 8: ACTIVIDADES	30
GRÁFICO 9: IMPEDIMENTO DE INSCRIPCIONES	33
GRÁFICO 10: COMPONENTE DE VENTA RISE	34
GRÁFICO 11: ACTIVIDADES DE SERVICIO	39
GRÁFICO 12: ACTIVIDADES DE MANUFACTURA	39
GRÁFICO 13: ACTIVIDADES DE TRANSPORTE	40

GRÁFICO 14: HOTELES Y RESTAURANTES	40
GRÁFICO 15: ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN	41
GRÁFICO 16: ACTIVIDADES MINAS Y CANTERAS	41
GRÁFICO 17: ACTIVIDADES AGRICOLAS	42
GRÁFICO 18: EJ. DE CUOTA RISE UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA	44
GRÁFICO 19: EJ. DE CUOTA RISE DOS ACTIVIDADES ECONÓMICAS	44
GRÁFICO 20: EJEMPLO ADICIONALES CUOTA RISE	45
GRÁFICO 21: PROCESO DE RISE	49
GRÁFICO 22: PIB	52
GRÁFICO 23: PIB PAÍSES LATINOAMERICANOS	53
GRÁFICO 24: PIB (T/T-1)	54
GRÁFICO 25: VARIACION PIB TRIMESTRAL	55
GRÁFICO 26: INFLACIÓN MENSUAL Y ANUAL	56
GRÁFICO 27: INFLACIÓN ACUMULADA	57
GRÁFICO 28: INFLACIÓN ACUMULADA ENE-FEB 2011	58
GRÁFICO 29: PIB PER CAPITA	59
GRÁFICO 30: OPERACIONES DEL SPNIF	60
GRÁFICO 31 INGRESOS DEL SPNIF	62
GRÁFICO 32; RECAUDACIÓN DE PRINCIPALES IMPUESTOS INTERNOS	63
GRÁFICO 33: HISTÓRICO RECAUDACIÓN RISE	65
GRÁFICO 34: TASAS DE INTERÉS	66

GRÁFICA 35: RECAUDACIÓN DE PRINCIPALES IMPUESTOS INTERNOS	69
GRÁFICO 36: DISTRIBUCIÓN DE LA PEA	70
GRÁFICO 37: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	71
GRÁFICO 38: TASAS DE MIGRACIÓN	72
GRÁFICO 39: NÚMEROS DE USUARIO DE INTERNET	75
GRÁFICO 40: NÚMEROS DE SERVIDORES DE INTERNET	76
GRÁFICO 41: PARTICIPACIÓN DE MERCADO	78
GRÁFICO 42: PARTICIPACIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPUESTOS	79
GRÁFICO 43: PARTICIPACIÓN TOTAL DE INGRESOS EN EL PGE 2009	80
GRÁFICO 44: CICLO DE VIDA	81
GRÁFICO 45: MICRO-SEGMENTACION	87
GRÁFICO 46: MATRIZ DE ROLES Y MOTIVOS	92
GRÁFICO 47: MODELO DE IMPLEMENTACIÓN FCB	93
GRÁFICO 48: MCKENSEY EFE	95
GRÁFICO 49: MCKENSEY EFI	95
GRÁFICO 50: MATRIZ MCKENSEY	96
GRÁFICO 51: DIAGRAMA DE FLOR	98
GRÁFICO 52: DIAGRAMA ESTRATÉGICO	98
GRÁFICO 53: SERVICIOS	102
GRÁFICO 54: INSERTOS EN PRENSA ESCRITA	109
GRÁFICO 55: BANCO DEL BARRIO EN GUAYAQUIL	112

GRÁFICO 56: BRIGADAS MOVILES	115
GRÁFICO 57: FERIAS	117
GRÁFICO 58: MATERIAL POP	120
GRÁFICO 59: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	121
GRÁFICO 60: GASTOS DEL PREDUPUESTO DE GOBIERNO CENTRAL	123
GRÁFICO 61: PARTICIPACIONES EN EL TOTAL DE INGRESOS EN EL PGE	124
GRÁFICO 62: MINISTERIO DE FINANZAS	126

TEMA

Plan estratégico comunicacional del RISE; Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano del Servicios de Rentas Internas en la provincia del Guayas.

INTRODUCCION

La falta de cultura tributaria en países del denominado tercer mundo, en su lucha por acoger lo mejor de los países con mayor desarrollo tanto económico como tecnológico, ha provocado la creación de alternativas tributarias con la finalidad de simplificar el proceso de pago de impuestos.

Fomentar la cultura tributaria, concientizar al contribuyente, facilitarle su obligación y su deber para con la patria fueron los principales motivos para la creación de un régimen simplificado en el país.

El RISE constituye una nueva forma de pagar impuestos: fácil, rápido y sencillo. Haciendo me bien a mí y al país.

JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

El Servicio de Rentas Internas y su afán por el fomentar una cultura tributaria en el país crean una alternativa con la finalidad de incrementar el catastro de contribuyentes y su recaudación en un sector poco acostumbrado a la aportación de impuestos para el estado.

El inconveniente se da en que en nuestro medio el pagar impuestos no es costumbre y en muchos de los casos las personas que cancelan no ven reflejado sus aportaciones en obras o en los servicios que reciben.

Actualmente la ejecución de este proyecto tiene un costo elevado para el sujeto activo, por cuestiones de diseño, de información, de notificación, de control, etc., e inclusive el nivel de recaudación no es satisfactorio.

Como hipótesis tenemos la falta de inversión en comunicación y publicidad, que en estos últimos años se ha visto incrementada por parte del gobierno de turno, más no en esta entidad que únicamente tiene presencia con el producto de la LOTERIA TRIBUTARIA.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Identificar el vínculo para poder llegar a las personas de cada categoría RISE que no tienen registrado a través de información de los grandes contribuyentes por medio del departamento de control de diferencias.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la identidad de la marca según la percepción del contribuyente.
- Determinar atributos ideales del servicio en base a las necesidades del mercado.
- Medir el grado de conocimiento, recordación y aceptación por parte del contribuyente.
- Determinar medio de comunicación más utilizada según categoría RISE.

RESULTADOS ESPERADOS

Con este documento se pretende contribuir con el proyecto de desarrollo nacional “buen vivir” “RISE me hace bien a MI” al término del 2011.

Poseer una buena base de contribuyentes con la finalidad de poder identificar bien a cada uno de ellos y consecuentemente obtener altos niveles de recaudación de este sector. Una vez identificados se direcciona el plan comunicacional para cada uno de ellos.

Tener al RISE como una marca tan sólida como el Servicio de Rentas Internas (SRI) en niveles de Top of Mind y posicionamiento.

MARCO TEORICO

ÁREA DE MARKETING

MACRO-AMBIENTE DE LA COMPAÑÍA

La compañía y sus proveedores, intermediarios de mercadotecnia, clientes, competidores y públicos interactúan en un amplio macro-ambiente de fuerzas que conforman oportunidades y amenazas para la compañía. La empresa debe observar cuidadosamente estas fuerzas y contrarrestarlas. El macro-ambiente consiste en las seis fuerzas principales a continuación:

- **Ambiente Demográfico:** Demografía es el estudio de las poblaciones humanas en cuanto a dimensiones, densidad, edad, sexo, raza, ocupación, y otras estadísticas. El ambiente demográfico es muy importante para los mercadólogos porque involucra a las personas, y éstas son las que constituyen los mercados.
- **Ambiente Económico:** El ambiente económico esta constituido por factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto del consumidor. Los mercados necesitan tanto el poder de compra como a los consumidores. El poder total de compra depende del ingreso momento, los precios, los ahorros y el crédito. Los mercadólogos deben estar conscientes de las principales tendencias en los ingresos y de los cambios en el comportamiento de compra del consumidor.
- **Ambiente Natural:** El ambiente natural incluye los recursos naturales que los mercadólogos necesitan como insumo o que se ven afectados por las actividades de mercadotecnia.
- **Ambiente Tecnológico:** El ambiente tecnológico está formado de fuerzas que influyen en las nuevas tecnologías y dan lugar a nuevos productos y oportunidades de mercado. Las nuevas tecnologías crean nuevos mercados y oportunidades. El mercadólogo debe estar pendiente de las tendencias tecnológicas.
- **Ambiente Político:** Las decisiones de mercadotecnia se ven muy influidas por lo que sucede en el ambiente político, el cual está integrado por leyes, agencias

gubernamentales y grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sola sociedad determinada y los limitan.

- **Ambiente Cultural:** El ambiente cultural está constituido por las instituciones y otras fuerzas que influyen en los valores básicos, percepciones, preferencias y comportamiento de la sociedad. Absorben una visión del mundo que define sus relaciones con ellos mismos y con el prójimo.

(Kothler & Armstrong, 1991)

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa.

Utilizada para poder determinar la cantidad de mercado potencial para la ejecución del proyecto.

(Thompson, 2003)

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El **ciclo de vida del producto** (a veces, **CVP**) es la evolución de las ventas de un artículo durante el tiempo que permanece en el mercado. Los productos no generan un volumen máximo de ventas inmediatamente después de introducirse en el mercado, ni mantienen su crecimiento indefinidamente. El concepto de «ciclo de vida de un producto» es una herramienta de mercadotecnia o marketing. Las condiciones bajo las que un producto se vende cambian a lo largo del tiempo; así, las ventas varían y las estrategias de precio, distribución, promoción... (Variables del «*marketing Mix*») deben ajustarse teniendo en cuenta el momento o fase del ciclo de vida en que se encuentra el producto.

(Wikipedia, enciclopedia libre, 2011)

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados, es una de las funciones del marketing consistente en la obtención sistemática de información, con el objeto de poder tomar decisiones de carácter comercial acertadas. Por lo tanto, la investigación de mercados está integrada en el sistema de marketing de la empresa.

Podemos definir a la investigación de mercados, como la técnica comercial que tiene como finalidad el estudio analítico de la problemática que hace referencia a la planificación de la fabricación, producción distribución y apoyo promocional y publicitario de los productos o servicios de una empresa con el objetivo de reducir al máximo el riesgo comercial e incrementar las ventas lo máximo posible.

(Cultural, S.A., 1999)

EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Existen 4 etapas del proceso de investigación de mercado:

- Definición del problema y de los objetivos de la investigación.
- Desarrollo del plan de investigación.
- Ejecución del plan de investigación e interpretación.
- Reporte sobre lo que se encontró.

Se mencionan 3 tipos de investigación para el estudio:

- **Investigación exploratoria:** Tipo de investigación de mercados para reunir información preliminar que ayude a definir mejor los problemas y sugerir hipótesis.
- **Investigación descriptiva:** Investigación de mercados para describir mejor los problemas y situaciones de mercadotecnia y los mercados.
- **Investigación causal:** Investigación de mercados para comprobar hipótesis sobre causa y efecto.

Para la correcta recopilación de datos tenemos 2 tipos de información mediante los cuales podemos obtener referencias:

- **Información Secundaria:** Información que ya existe en alguna parte porque se reunió para otros fines.
- **Información Primaria:** Información recolectada con objetivos específicos.

(Kothler & Armstrong, 1991)

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Los mercados están formados por compradores y éstos difieren de una o varias maneras. Quizás se distingan por sus necesidades, recursos, ubicaciones, o actitudes de compra a costumbres adquisitivas. Cualquiera de estas variables puede utilizarse para segmentar el mercado.

No existe una sola forma de segmentar el mercado, y un mercadólogo tiene que probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la mejor forma de concebir la estructura del mercado.

A la segmentación del mercado se la puede definir como la división de un mercado en grupos que pueden requerir diferentes productos o mezcla de mercadotecnia.

Las principales variables son:

- **Geográficas:** La división del mercado en diferentes unidades geográficas, tales como naciones, estados, regiones, condados, ciudades o vecindarios.
- **Demográficas:** División del mercado en grupos basada en variables demográficas, como la edad, sexo, tamaño de la familia, nivel de ingreso, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.
- **Psicográficas:** La división de un mercado en diferentes grupos con base en la clase social, el estilo de vida o las características de la personalidad.
- **De comportamiento:** La división de un mercado en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o respuestas ante un producto.

Requisitos para una segmentación eficaz

- **Mensurabilidad:** El grado en el cual es posible medir el tamaño de un segmento de mercado.
- **Accesibilidad:** El grado en el cual es posible alcanzar y atender un segmento de mercado.
- **Sustancialidad:** El grado en el cual un segmento de mercado resulta lo bastante amplio o redituable.
- **Procesabilidad:** El grado en el cual es posible diseñar programas efectivos para atraer y atender un segmento de mercado.

1 (Kothler & Armstrong, 1991)

MARKETING ESTRATÉGICO

Parte del plan de marketing que traza las líneas generales para la consecución de los objetivos, tales como distribución de marketing mix, el presupuesto asignado para los gastos a realizar en marketing, etc.

ESTRATEGIA

La palabra estrategia encuentra sus orígenes etimológicos en la Grecia antigua donde los generales se les denominabastratgos. Carl Von Clausewitz, un clásico de la estrategia militar, definía la estrategia como “el empleo del combate para alcanzar el fin de la guerra” y seguía apuntando: “... una vez concebido un plan de guerra todas las acciones militares deben estar orientadas al mismo fin”. En el terreno empresarial, la estrategia consiste en el proceso de toma de decisiones sobre el futuro de la empresa y la puesta en práctica de dichas decisiones. En la estrategia empresarial se definen dos fases:

- **Planificación estratégica:** Establecimiento de la filosofía, misión, visión, objetivos a alcanzar y estrategia a seguir.
- **Implementación estratégica:** Desarrollo de una estructura capaz de seguir el plan estratégico y alcanzar los otros objetivos fijados.

(Cultural, S.A., 1999)

POSICIONAMIENTO

Estrategia por parte de las compañías que consiste en dirigir y controlar la percepción de su producto por parte de los consumidores, de tal manera que este constituya un objeto distinto y apreciado. El posicionamiento no solamente debe ser claro y definido, sino que además debe ser comunicado al mercado de forma efectiva. Existen múltiples posicionamientos; por ejemplo, la compañía Volvo ha posicionado sus coches como los más seguros del mercado.

(Cultural, S.A., 1999)

MATRIZ DE IMPLICACIÓN FOOTE, CONE Y BELDING

Las diferentes evoluciones del proceso de respuesta pueden estar situadas en un marco más general donde interviene, no solo el grado de implicación, sino también el modo de aprehensión de lo real; el modo intelectual y el modo afectivo o sensorial.

- El modo intelectual de aprehensión de lo real se apoya esencialmente en la razón, la lógica, el razonamiento, las informaciones objetivas.
- El modo afectivo, en cambio, se apoya en las emociones, la intuición, la afectividad, los sentidos, lo no verbal.

Estas dos aproximaciones a la realidad no son completamente diferentes, sino que a menudo son complementarias. Algunos tipos de productos están no obstante, mas sometidos a uno u otro modelo de aprehensión.

El cruce entre el grado de implicación y el modo de aprehensión de lo real nos lleva a identificar 4 trayectorias diferentes del proceso de respuesta:

1. Situación de compra donde la implicación es fuerte y el modo de aprehensión de lo real es esencialmente intelectual. Esta situación corresponde al proceso de aprendizaje descrito anteriormente, donde la secuencia seguida es: información, evaluación, acción. Es el proceso seguido en la compra de los productos de precio elevado, en los que las

características objetivas y funcionales son importantes, tales como los automóviles, los electrodomésticos, los seguros.

2. Situaciones de compra donde la implicación es igualmente elevada, pero donde la afectividad es dominante en la aprehensión de lo real, porque la elección de los productos o las marcas desvelan el sistema de valores o la personalidad del comprador. La secuencia seguida es evaluación, información, acción o evaluación, acción, información.

En esta categoría se encuentran productos como cosméticos, la ropa, las joyas, los artículos de moda, todos los productos por los cuales el valor de signo importante.

3. Domina el modo intelectual pero la implicación es escasa. Se encuentran aquí los productos rutinarios de implicación mínima que dejan al consumidor indiferente siempre que cumplan con el servicio básico que se espera de ellos. La secuencia es acción, información, evaluación. Forman parte de esta categoría productos como las pilas eléctricas, los productos de papel, los detergentes, las cerillas, en los que el servicio básico es sencillo o está simplificado.

4. La escasa implicación coexiste con el modo sensorial de aprehensión de lo real; se encuentran aquí los productos que aportan “pequeños placeres” y para los que la dimensión hedonista es importante.

Generalmente son productos como la cerveza, chocolates, cigarrillos, mermeladas, etc.

Aunque la hipótesis del proceso de aprendizaje no sea de aplicación general, el modelo sigue siendo, sin embargo, de gran utilidad para estructurar la información recogida sobre los comportamientos de respuesta, para identificar el posicionamiento de un marca o de una empresa, en el conjunto evocado de un grupo de compradores y para definir, consecuentemente, las estrategias adecuadas que se deben adoptar.

(Cultural, S.A., 1999)

VENTAJA DIFERENCIAL

Beneficio que un producto presenta en relación con la competencia y que lo hace único o al menos diferente. Esta característica es la que se emplea sobre todo para vender productos que poseen en el mercado competidores muy similares, y para los que es necesario encontrar circunstancias diferenciadoras.

(Cultural, S.A., 1999)

DIAGRAMA DE FLOR

Diagrama especializado en la distribución de los servicios de la compañía, este diagrama muestra el panorama y la variedad de servicios ofertados por parte de la empresa.

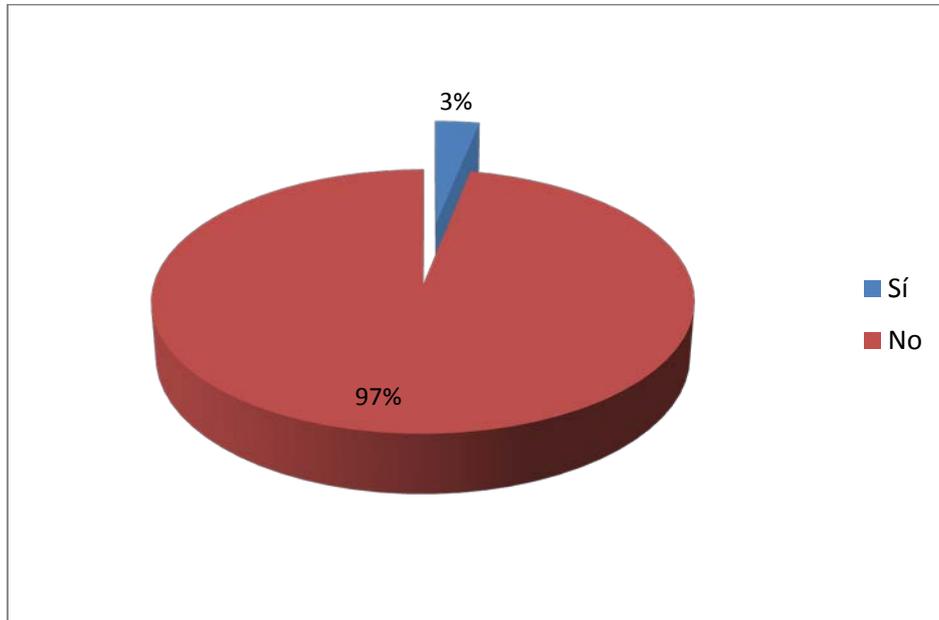
DIAGRAMA ESTRATÉGICO

En la búsqueda de océanos azules utilizamos el diamante estratégico como herramienta para categorizar las prioridades y cada uno de los pasos a seguir para cumplir con los objetivos de marketing.

Este diamante muestra cuatro componentes para encontrar océanos azules:

- **Arenas:** Las arenas o campos corresponden al sector del mercado en el cual nos vamos a enfocar para poder desarrollar la estrategia de mercadotecnia.
- **Vehículos:** La vía o la manera de llegar a cumplir la meta de mercadotecnia para la correcta ejecución de la estrategia de mercadotecnia.
- **Diferenciadores:** Aquel valor agregado que tiene la estrategia.
- **Staging:** Etapas mediante la cual se van a desarrollar todas y cada una de las tácticas.
- **Economic Logic:** Razón monetaria, por qué tomarse la molestia para realizar el proyecto.

Gráfico 50: Obligación contable

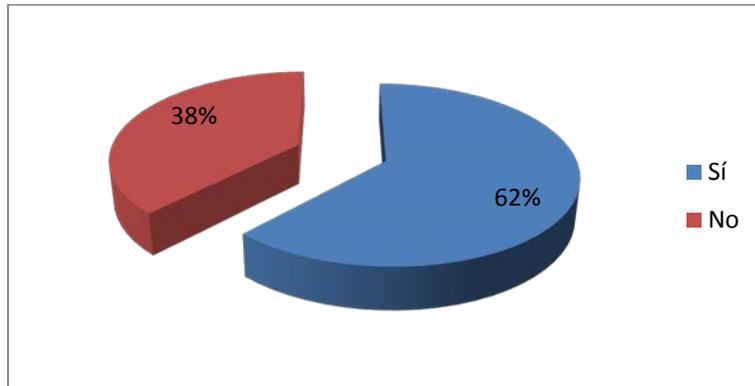


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

El 3% de los encuestados tienen conocimiento y saben que se encuentran obligados a llevar contabilidad, mientras que 97% de las personas no tienen conocimientos si se encuentran o no con la obligación de llevar contabilidad.

¿Paga ud, impuestos relacionados directamente con su actividad económica?

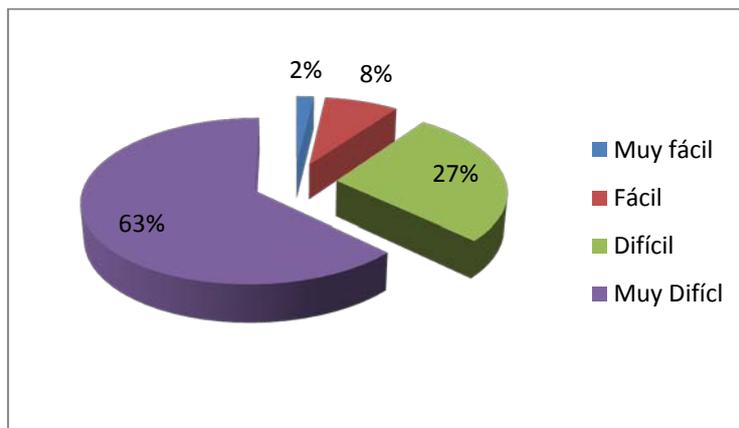
Gráfico 52: Impuestos / Actividad económica



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Considera ud. al trámite de pago de impuestos una gestión...

Gráfico 53: Tramite de pago

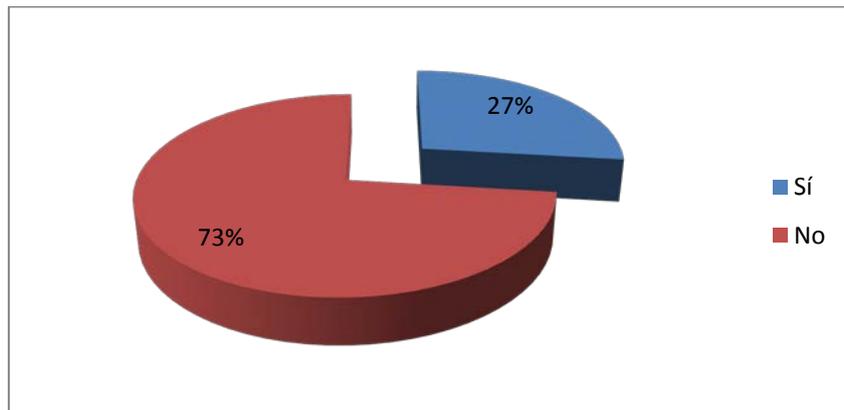


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Podemos determinar que 62% de las personas pagan sus impuestos según su actividad económica, dado que el 63% considera que el trámite es muy fácil al realizar.

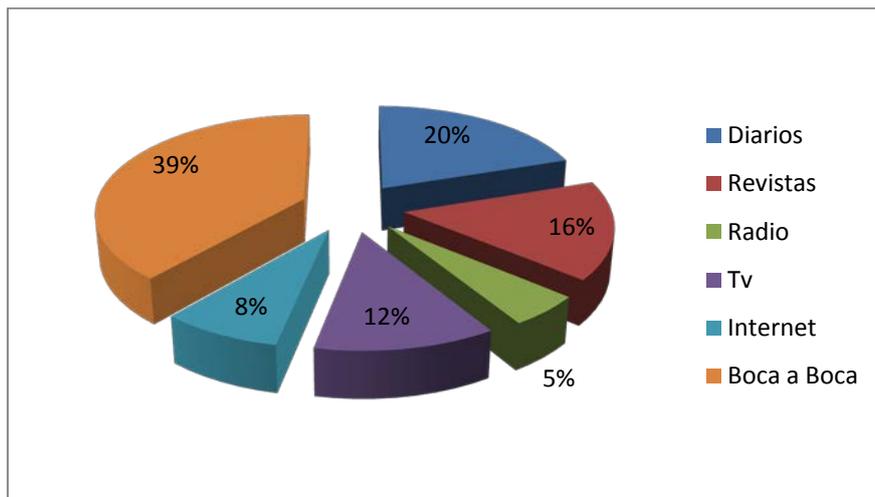
¿Ha escuchado hablar del RISE? / ¿Por qué medio se enteró de la existencia del RISE?

Gráfico 54: Posicionamiento



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

Gráfico 55: Medios de comunicación

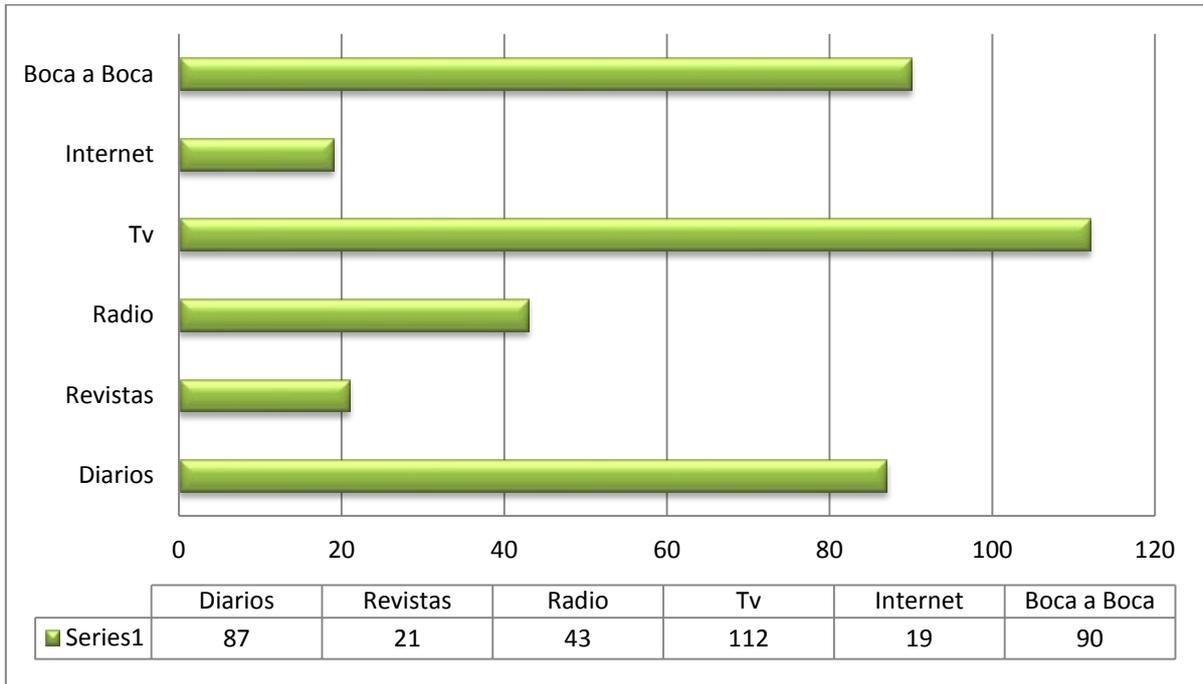


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

El 27% de las personas conocen del RISE ya que llego a ellos por un método no tradicional como es el boca a boca como podemos notar en la grafica nos da un 39%

En qué medio de comunicación le gustaría encontrar información sobre beneficios y opciones fáciles del pago de impuestos?

Gráfico 56: Medios de comunicación de preferencia

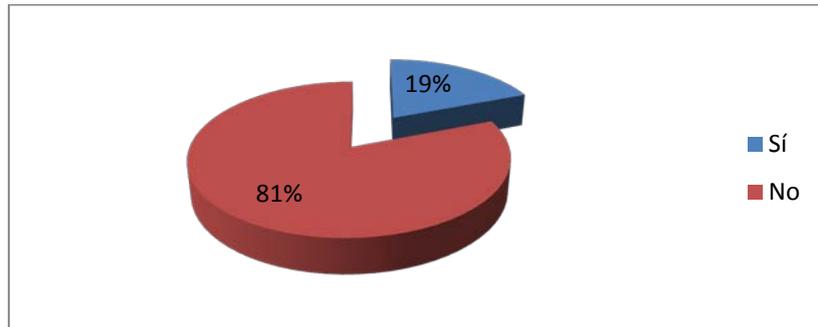


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Podemos determinar que el contribuyente al momento de informarse tiene como preferencia a los medios tradicionales el 30% (112) de los encuestados se informan por el medio televisivo seguido de la prensa escrita con un 23% (87), podemos hacer un énfasis al 24% de los encuestados que se informan por un medio no tradicional, quizás más personalizado o directo como ellos expresaron, teniendo en cuenta que el estilo de vida de estas personas es tan variable que la información les llega por medio del boca-boca, es donde surgen mayor dudas ya que la información se transgiversa por el poco conocimiento que tienen del nuevo régimen

¿Beneficios de ser un contribuyente registrado? /¿Utilizaría ud. una modalidad de pago de impuestos simple, con varios beneficios?

Gráfico 57: Beneficios del RISE

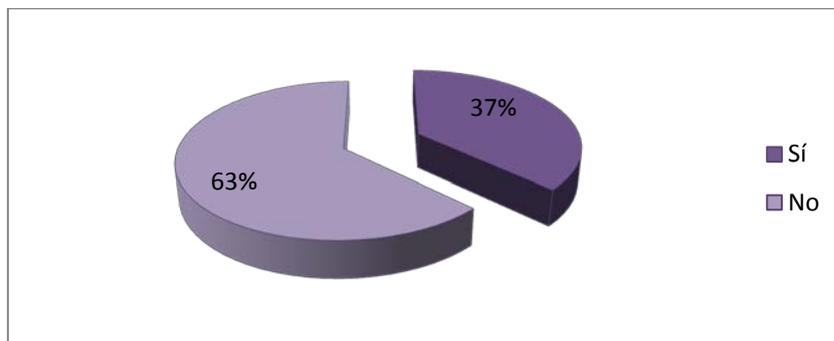


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

El 19% de los encuestados tienen conocimiento de los beneficios que el régimen simplificado brinda a sus contribuyentes. Frente al 81% que no tienen conocimiento pero estarían dispuestos a informarse para saber cómo acceder a este régimen.

¿Sabe ud. a dónde van sus contribuciones tributarias?

Gráfico 58: Contribuciones Tributarias

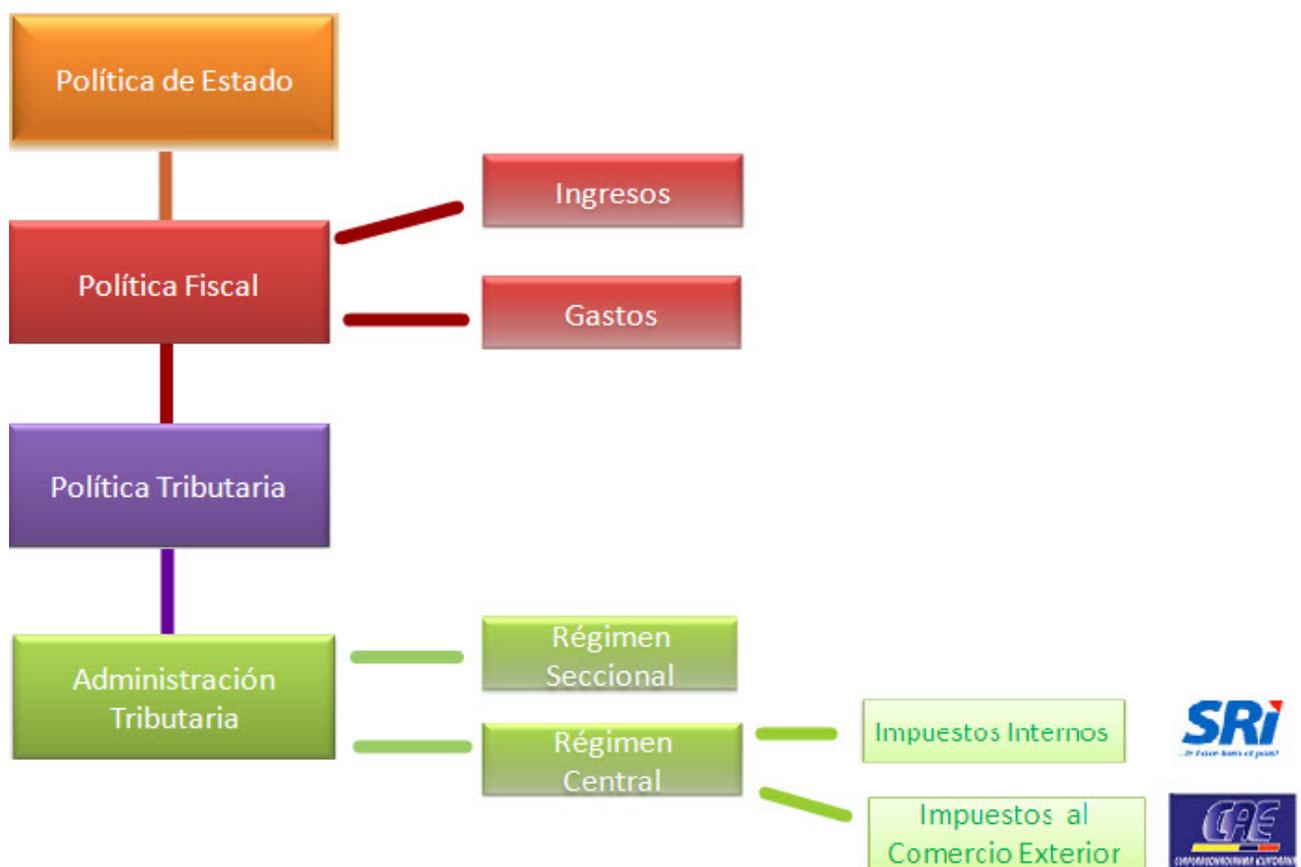


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

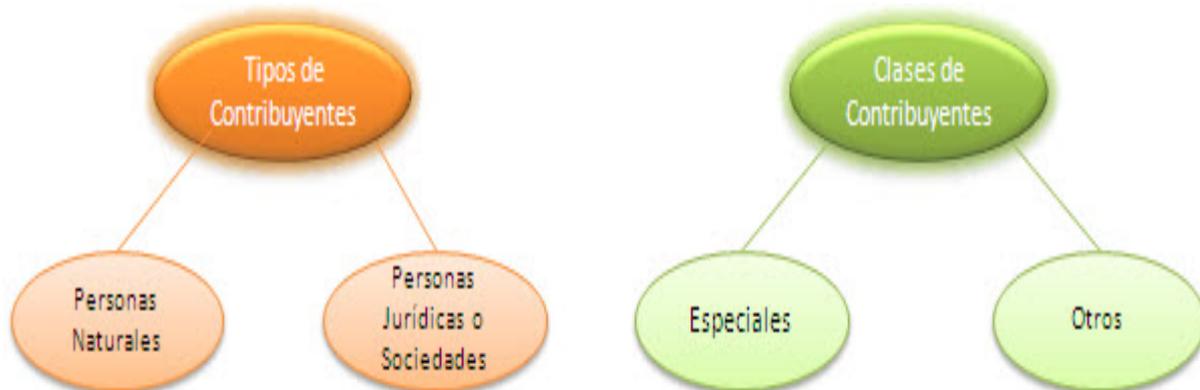
Pocas son las personas que tienen conocimiento de donde va parar su dinero, con la paga de impuestos que realiza solo el 37% de las personas encuestadas no tienen conocimiento de que hace SRI cuando ellos pagan sus impuestos, es por eso el poco interés en muchas personas ya que no ven reflejado lo que ellos pagan.

En Ecuador operan varias Administraciones Tributarias:

- El Servicio de Rentas Internas (SRI) que administra los impuestos internos.
- La Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), que administra los impuestos al comercio exterior; y,
- Los organismos del régimen seccional (Municipios), que administran principalmente tasas y contribuciones especiales;



Los contribuyentes pueden ser segmentados o clasificados de acuerdo a ciertos parámetros que facilitan su control posterior. Por ello, la clasificación actual está en función del **tipo** y de la **clase** de contribuyente, como se ve en los siguientes diagramas:



Todos los contribuyentes inscritos en el RUC deben cumplir con sus obligaciones tributarias, entre ellas, la declaración y pago de los impuestos a la Renta y al Valor Agregado. La legislación ecuatoriana permite a las personas naturales que reúnan ciertas condiciones, acogerse a un Régimen Simplificado que les permite cumplir con sus obligaciones de una manera más simple. Las características de este Régimen se explican en el

Institución Pública

Es toda entidad que teniendo o no personería jurídica, ha sido creada por un acto del poder público para el ejercicio de las competencias gubernativas o de la potestad Estatal, y cuyo financiamiento se lleva a cabo con fondos del erario.

Empresa Pública

Son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.¹

Estructura CIU

Para marzo del 2010, la estructura de la base de datos fue la siguiente:

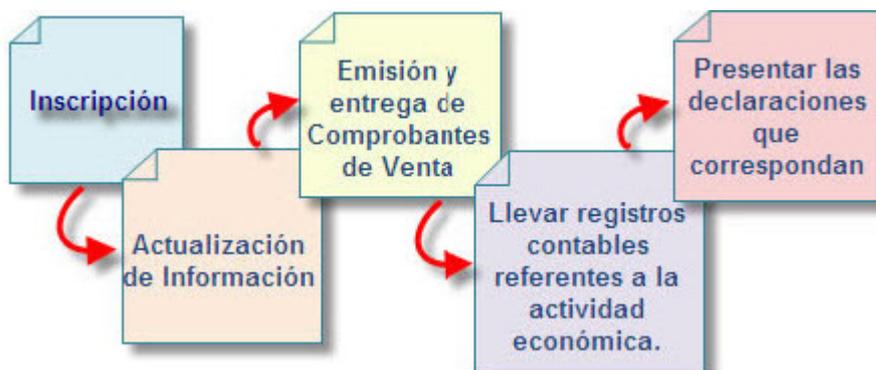
Actividad Económica CIU - Tercera Versión Nivel de Clasificación: Sección			PERSONAS NATURALES			SOCIEDADES		Total
			ESPECIAL	OTROS	RISE	ESPECIAL	OTROS	
A		AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA	57	48.361	96.685	260	10.006	155.369
B		PESCA	14	4.523	1.599	79	3.310	9.525
C		EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	1	1.181	46	103	1.447	2.778
D		INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	46	157.191	11.665	928	14.793	184.623
E		SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		140		52	301	493
F		CONSTRUCCION	4	49.846	3.868	260	10.039	64.017
G		COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.	606	649.754	92.432	1.852	41.480	786.124
H		HOTELES Y RESTAURANTES	9	140.660	13.833	100	2.937	157.539
I		TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.	26	174.188	14.336	277	12.271	201.098
J		INTERMEDIACION FINANCIERA.		2.041		266	8.216	10.523
K		ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.	33	357.489	8.988	463	49.759	416.732
L		ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA		12.562	80	381	7.279	20.302

M		ENSEÑANZA		77.863	677	93	6.886	85.519
N		ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD		50.307	78	108	15.293	65.786
O		OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS	3	131.962	8.866	130	25.812	166.773
P		HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO		14.021	737		7	14.765
Q		ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES		25		2	131	158
Total			799	1.872.114	253.890	5.354	209.967	2.342.124

Segregación por Tipo y Clase de Contribuyente

Corte de la Información.- A Junio 30 2009

Fuente: Servicios Tributarios / Registro Unico de Contribuyentes



Ciclo de los Contribuyentes

Todos los contribuyentes, sin excepción deben cumplir con las siguientes responsabilidades:

Según el Código Tributario Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;

c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,

e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.

4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

El artículo 3 de la Codificación de la Ley del Registro Único de Contribuyentes establece la inscripción obligatoria de la siguiente forma:

Art. 3.- De la inscripción obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras,

que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes...

ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN

Una vez inscrito, es obligación del contribuyente comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro del plazo de **treinta días**, los cambios producidos en la información originalmente presentada.

Básicamente deberán informar cuando se produzcan los siguientes hechos:

- a. Cambios de denominación o razón social
- b. Cambios de la actividad económica
- c. Cambio de domicilio
- d. Transferencia de bienes o derechos a cualquier título
- e. Cese de actividades
- f. Aumento o disminución de capitales
- g. Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios
- h. Cambio de representante legal
- i. Cambio de tipo de empresa
- j. La obtención, extinción o cancelación de beneficios derivados de las leyes de fomento
- k. Cualquier otra modificación que se produjeran respecto a los datos consignados en la solicitud de inscripción.

La actualización de esta información permite al Servicio de Rentas Internas mantener una base de datos depurada y facilita la ejecución posterior de procesos de asistencia, información y control al contribuyente, para que cumpla con sus obligaciones tributarias

LLEVAR REGISTROS CONTABLES REFERENTES A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Es obligación del contribuyente llevar los libros y registros contables relacionados con su actividad económica; deben anotarse todas las transacciones en idioma castellano y en moneda nacional. Estos libros y registros deben conservarse mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

Según el Código Tributario Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

Fecha	Nº de comprobante de Venta	Concepto	Valor	IVA
01/03/2009	001-001-0000876	Venta de 15 perforadoras	45	5,4
02/03/2009	003-001-9876543	Venta de 20 grapadoras	60	7,2

PRESENTAR LAS DECLARACIONES Y ANEXOS / PERSONAS NATURALES

De conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento, no están obligados a presentar la declaración del impuesto a la renta las siguientes personas naturales:

- Aquellas domiciliadas en el exterior, que no tengan representante en el país y que:

- exclusivamente tengan ingresos cuyo Impuesto a la Renta sea retenido en su totalidad, o
- se encuentren exentos del Impuesto a la Renta, como por ejemplo, las personas que no alcanzan la base imponible de este Impuesto.
- Aquellas cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no alcancen a la base imponible para el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas.
- Los trabajadores que perciban ingresos únicamente en relación de dependencia, y cumplan las siguientes características:
- Tienen un solo empleador y no utilizan sus gastos personales para deducir su base imponible de Impuesto a la Renta,
- Tienen un solo empleador y al deducir sus gastos personales, no tienen valores a reliquidar.
- Los contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado, por el tiempo en el que se encuentren dentro de éste.

Todas las demás personas están obligadas a presentar declaración aún cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos.

**Art. 96 Código Tributario.-
Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:**

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

Presentar las declaraciones que

Art. 96 Código Tributario.-Deberes formales.- Son deberes formales de los

contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

d) Presentar las declaraciones que correspondan

CALENDARIO

Noveno dígito del RUC	Fecha de máxima pago
1	10 de cada mes
2	12 de cada mes
3	14 de cada mes
4	16 de cada mes
5	18 de cada mes
6	20 de cada mes
7	22 de cada mes
8	24 de cada mes
9	26 de cada mes
0	28 de cada mes

PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES Y ANEXOS

En las declaraciones mensuales, para personas naturales como para sociedades en general, se aplica lo siguiente:

La declaración y el pago del Impuesto a la Renta se deben realizar desde el primero de febrero del año siguiente hasta las fechas que se detallan a continuación:

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

La presentación de Anexos, debe realizarse según el siguiente calendario:

- **ATS:** Anexo Transaccional Simplificado
- **REOC:** Anexo de Retenciones por otros conceptos
- **RDEP:** Anexo de Retenciones bajo relación de dependencia

FORMAS DE PAGO DE LOS IMPUESTOS

FORMAS DE REALIZAR LAS DECLARACIONES.

Ya sea vía web o por medio de formularios.

DIMM



FORMULARIOS



FORMAS DE PAGO DE LOS IMPUESTOS

- A través de un convenio de débito automático con una institución bancaria.
- A través de cajeros automáticos, ventanillas de extensión, *call center*, tarjetas de crédito y otros servicios de las instituciones bancarias.
- Mediante notas de crédito o compensaciones.

La gente, en un inicio, no confiaba en realizar sus declaraciones por Internet; sin embargo, hoy en día, aproximadamente el 80% de los contribuyentes utiliza esta herramienta.

Tasa de interés por mora tributaria

De acuerdo con lo previsto en el artículo 21 del Código Tributario Codificado y en el artículo 1 de la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria en el Ecuador, en los que se establece que el interés anual por obligación tributaria no satisfecha equivaldrá a 1.5 veces la tasa activa referencial para noventa días determinada por el Banco Central del Ecuador, la tasa mensual de interés por mora tributaria a aplicarse en el período Octubre - Diciembre de 2010 es la siguiente:

- **Período de vigencia:** 01 de Octubre de 2010 - 31 de Diciembre de 2010
- **Tasa:** 1,130%

Adicionalmente se adjunta un histórico de las tasas vigentes en trimestres anteriores:

TRIMESTRE	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Enero - Marzo	1,171	1,026	0,736	0,824	0,904	1,340	1,143	1,149
Abril - Junio	1,089	0,994	0,825	0,816	0,860	1,304	1,155	1,151
Julio - Septiembre	1,115	0,931	0,814	0,780	0,824	1,199	1,155	1,128
Octubre - Diciembre	1,035	0,885	0,712	0,804	0,992	1,164	1,144	1,130

BRECHAS TRIBUTARIAS

Entre los deberes formales que deben cumplir los agentes económicos en el país, están: **inscribirse** en los registros pertinentes proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad **y comunicar oportunamente los cambios que se operen.**

Las diferencias entre lo que debe ser y lo que realmente sucede, toma el nombre de **Brecha Tributaria**.

Estas brechas pueden ser:

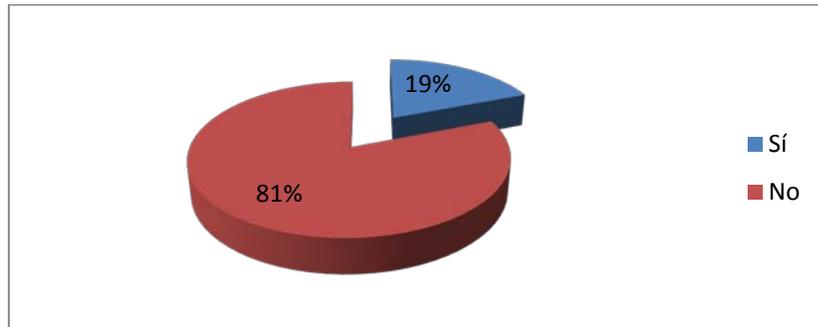
- **Brecha de inscripción**, refleja la falta de identificación y ubicación de los contribuyentes
- **Brecha de presentación** de declaraciones, representa el incumplimiento en la obligación de presentación de formularios de declaración de impuestos.
- **Brecha de veracidad** entre la información declarada por los contribuyentes y su realidad económica.
- **Brecha de pago** del impuesto resultante de las liquidaciones producidas y no canceladas.

El Servicio de Rentas Internas depuró el catastro del Registro Único de Contribuyentes, dando de baja a 366.444 registros, conforme a los lineamientos establecidos en la Resolución No. NAC-DGERCGC10-00276 publicada en el Registro Oficial No. 223 del 28 de junio del 2010.

Cabe acotar que las obligaciones tributarias del sujeto pasivo, sea como contribuyente o responsable, únicamente pueden ser extinguidas por los modos descritos en el artículo 37 del Código Tributario y no se extinguen por la suspensión o cancelación del RUC.

CASOS ADICIONALES

Casos Especiales	Documentos requeridos
Refugiados 	<p>Copia de la credencial entregada por el Ministerio de Relaciones Exteriores.</p> <p>Para el caso de inscripción de refugiados es necesario adjuntar la credencial otorgada por el Ministerio de Relaciones Exteriores.</p>
Artesanos 	<p>Copia de la calificación artesanal emitida por la Junta Nacional del Artesano o el MICIP.</p>
Contadores 	<p>Copia del título o carné del colegio profesional respectivo.</p> <p>Para aquellos que trabajen en relación de dependencia, deberán presentar un documento que lo certifique. La carta que presente el contador en la que indique que está bajo relación de dependencia puede estar suscrita por el Representante Legal o por el responsable de Recursos Humanos.</p>
Profesionales 	<p>Copia del título universitario o copia del carné otorgado por el respectivo colegio profesional, o copia de la cédula de identidad en la que conste la profesión.</p>
Actividades Educativas 	<p>Copia del Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.</p>
Agentes afianzados de aduanas 	<p>Copia del documento expedido por la CAE en el cual se autoriza dicha actividad.</p>
Notarios y Registradores de la propiedad y mercantiles 	<p>Copia del nombramiento otorgado por El Consejo Nacional de la Judicatura para el caso de notarios y de las Cortes Provinciales de Justicia en caso de los registradores de la propiedad.</p>
Miembros de Juntas Parroquiales 	<p>Copia del nombramiento otorgado por el Consejo Nacional Electoral.</p>
Actividad Máquina traga monedas 	<p>Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo.</p>
Menores de edad emancipados 	<p>Una carta firmada por los padres o tutores en la cual se autoriza la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, a la que se adjuntará copia de la cédula de identidad o ciudadanía del padre o tutor.</p>

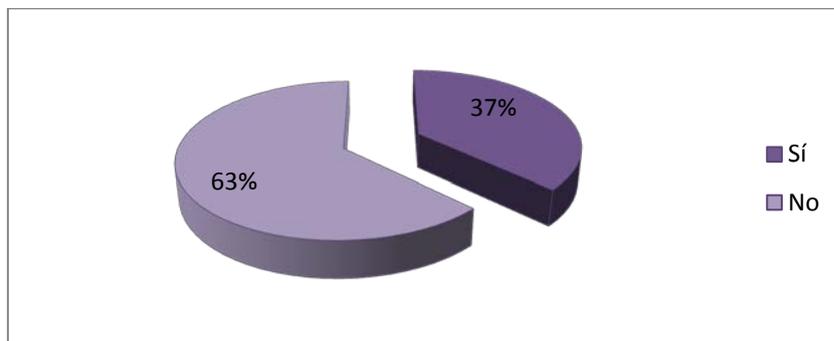


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

El 19% de los encuestados tienen conocimiento de los beneficios que el régimen simplificado brinda a sus contribuyentes. Frente al 81% que no tienen conocimiento pero estarían dispuestos a informarse para saber cómo acceder a este régimen.

¿Sabe ud. a dónde van sus contribuciones tributarias?

Gráfico 58: Contribuciones Tributarias

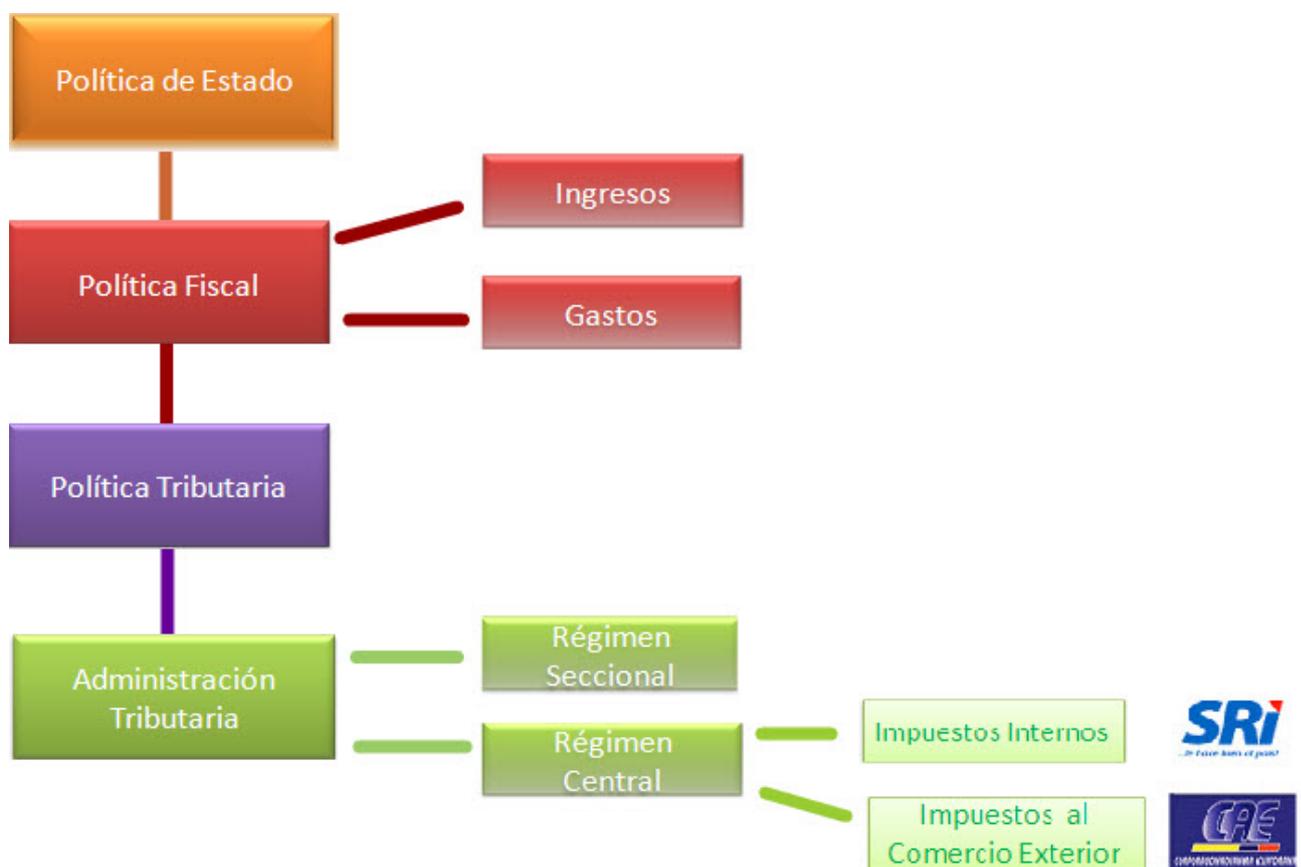


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

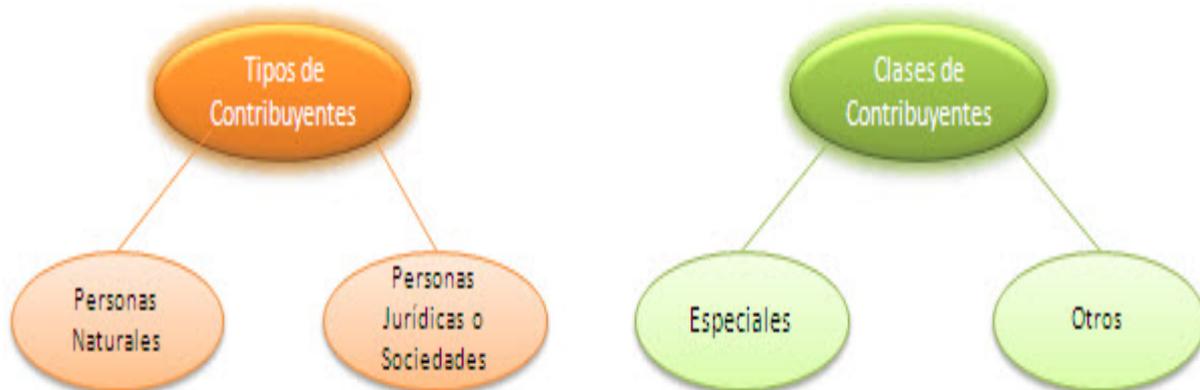
Pocas son las personas que tienen conocimiento de donde va parar su dinero, con la paga de impuestos que realiza solo el 37% de las personas encuestadas no tienen conocimiento de que hace SRI cuando ellos pagan sus impuestos, es por eso el poco interés en muchas personas ya que no ven reflejado lo que ellos pagan.

En Ecuador operan varias Administraciones Tributarias:

- El Servicio de Rentas Internas (SRI) que administra los impuestos internos.
- La Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), que administra los impuestos al comercio exterior; y,
- Los organismos del régimen seccional (Municipios), que administran principalmente tasas y contribuciones especiales;



Los contribuyentes pueden ser segmentados o clasificados de acuerdo a ciertos parámetros que facilitan su control posterior. Por ello, la clasificación actual está en función del **tipo** y de la **clase** de contribuyente, como se ve en los siguientes diagramas:



Todos los contribuyentes inscritos en el RUC deben cumplir con sus obligaciones tributarias, entre ellas, la declaración y pago de los impuestos a la Renta y al Valor Agregado. La legislación ecuatoriana permite a las personas naturales que reúnan ciertas condiciones, acogerse a un Régimen Simplificado que les permite cumplir con sus obligaciones de una manera más simple. Las características de este Régimen se explican en el

Institución Pública

Es toda entidad que teniendo o no personería jurídica, ha sido creada por un acto del poder público para el ejercicio de las competencias gubernativas o de la potestad Estatal, y cuyo financiamiento se lleva a cabo con fondos del erario.

Empresa Pública

Son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.¹

Estructura CIU

Para marzo del 2010, la estructura de la base de datos fue la siguiente:

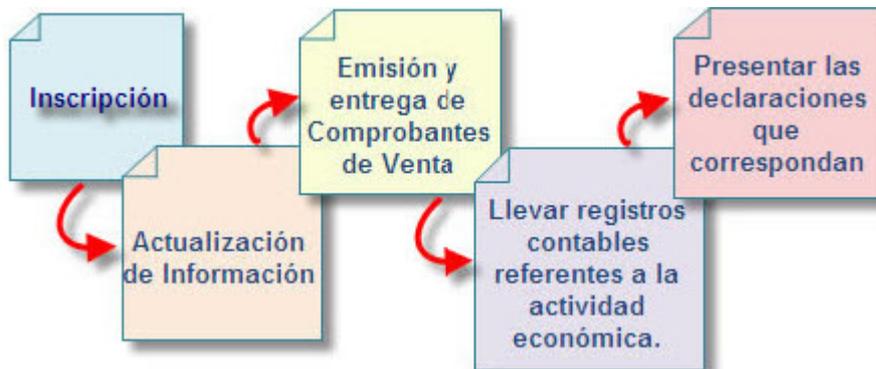
Actividad Económica CIU - Tercera Versión Nivel de Clasificación: Sección			PERSONAS NATURALES			SOCIEDADES		Total
			ESPECIAL	OTROS	RISE	ESPECIAL	OTROS	
A		AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA	57	48.361	96.685	260	10.006	155.369
B		PESCA	14	4.523	1.599	79	3.310	9.525
C		EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	1	1.181	46	103	1.447	2.778
D		INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	46	157.191	11.665	928	14.793	184.623
E		SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		140		52	301	493
F		CONSTRUCCION	4	49.846	3.868	260	10.039	64.017
G		COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.	606	649.754	92.432	1.852	41.480	786.124
H		HOTELES Y RESTAURANTES	9	140.660	13.833	100	2.937	157.539
I		TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.	26	174.188	14.336	277	12.271	201.098
J		INTERMEDIACION FINANCIERA.		2.041		266	8.216	10.523
K		ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.	33	357.489	8.988	463	49.759	416.732
L		ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA		12.562	80	381	7.279	20.302

M		ENSEÑANZA		77.863	677	93	6.886	85.519
N		ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD		50.307	78	108	15.293	65.786
O		OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS	3	131.962	8.866	130	25.812	166.773
P		HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO		14.021	737		7	14.765
Q		ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES		25		2	131	158
Total			799	1.872.114	253.890	5.354	209.967	2.342.124

Segregación por Tipo y Clase de Contribuyente

Corte de la Información.- A Junio 30 2009

Fuente: Servicios Tributarios / Registro Unico de Contribuyentes



Ciclo de los Contribuyentes

Todos los contribuyentes, sin excepción deben cumplir con las siguientes responsabilidades:

Según el Código Tributario Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;

c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,

e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.

4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

El artículo 3 de la Codificación de la Ley del Registro Único de Contribuyentes establece la inscripción obligatoria de la siguiente forma:

Art. 3.- De la inscripción obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras,

que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes...

ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN

Una vez inscrito, es obligación del contribuyente comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro del plazo de **treinta días**, los cambios producidos en la información originalmente presentada.

Básicamente deberán informar cuando se produzcan los siguientes hechos:

- a. Cambios de denominación o razón social
- b. Cambios de la actividad económica
- c. Cambio de domicilio
- d. Transferencia de bienes o derechos a cualquier título
- e. Cese de actividades
- f. Aumento o disminución de capitales
- g. Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios
- h. Cambio de representante legal
- i. Cambio de tipo de empresa
- j. La obtención, extinción o cancelación de beneficios derivados de las leyes de fomento
- k. Cualquier otra modificación que se produjeran respecto a los datos consignados en la solicitud de inscripción.

La actualización de esta información permite al Servicio de Rentas Internas mantener una base de datos depurada y facilita la ejecución posterior de procesos de asistencia, información y control al contribuyente, para que cumpla con sus obligaciones tributarias

LLEVAR REGISTROS CONTABLES REFERENTES A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Es obligación del contribuyente llevar los libros y registros contables relacionados con su actividad económica; deben anotarse todas las transacciones en idioma castellano y en moneda nacional. Estos libros y registros deben conservarse mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

Según el Código Tributario Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

Fecha	Nº de comprobante de Venta	Concepto	Valor	IVA
01/03/2009	001-001-0000876	Venta de 15 perforadoras	45	5,4
02/03/2009	003-001-9876543	Venta de 20 grapadoras	60	7,2

PRESENTAR LAS DECLARACIONES Y ANEXOS / PERSONAS NATURALES

De conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento, no están obligados a presentar la declaración del impuesto a la renta las siguientes personas naturales:

- Aquellas domiciliadas en el exterior, que no tengan representante en el país y que:

- exclusivamente tengan ingresos cuyo Impuesto a la Renta sea retenido en su totalidad, o
- se encuentren exentos del Impuesto a la Renta, como por ejemplo, las personas que no alcanzan la base imponible de este Impuesto.
- Aquellas cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no alcancen a la base imponible para el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas.
- Los trabajadores que perciban ingresos únicamente en relación de dependencia, y cumplan las siguientes características:
- Tienen un solo empleador y no utilizan sus gastos personales para deducir su base imponible de Impuesto a la Renta,
- Tienen un solo empleador y al deducir sus gastos personales, no tienen valores a reliquidar.
- Los contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado, por el tiempo en el que se encuentren dentro de éste.

Todas las demás personas están obligadas a presentar declaración aún cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos.

**Art. 96 Código Tributario.-
Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:**

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

Presentar las declaraciones que

Art. 96 Código Tributario.-Deberes formales.- Son deberes formales de los

contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

d) Presentar las declaraciones que correspondan

CALENDARIO

Noveno dígito del RUC	Fecha de máxima pago
1	10 de cada mes
2	12 de cada mes
3	14 de cada mes
4	16 de cada mes
5	18 de cada mes
6	20 de cada mes
7	22 de cada mes
8	24 de cada mes
9	26 de cada mes
0	28 de cada mes

PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES Y ANEXOS

En las declaraciones mensuales, para personas naturales como para sociedades en general, se aplica lo siguiente:

La declaración y el pago del Impuesto a la Renta se deben realizar desde el primero de febrero del año siguiente hasta las fechas que se detallan a continuación:

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

La presentación de Anexos, debe realizarse según el siguiente calendario:

- **ATS:** Anexo Transaccional Simplificado
- **REOC:** Anexo de Retenciones por otros conceptos
- **RDEP:** Anexo de Retenciones bajo relación de dependencia

FORMAS DE PAGO DE LOS IMPUESTOS

FORMAS DE REALIZAR LAS DECLARACIONES.

Ya sea vía web o por medio de formularios.

DIMM



FORMULARIOS



FORMAS DE PAGO DE LOS IMPUESTOS

- A través de un convenio de débito automático con una institución bancaria.
- A través de cajeros automáticos, ventanillas de extensión, *call center*, tarjetas de crédito y otros servicios de las instituciones bancarias.
- Mediante notas de crédito o compensaciones.

La gente, en un inicio, no confiaba en realizar sus declaraciones por Internet; sin embargo, hoy en día, aproximadamente el 80% de los contribuyentes utiliza esta herramienta.

Tasa de interés por mora tributaria

De acuerdo con lo previsto en el artículo 21 del Código Tributario Codificado y en el artículo 1 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, en los que se establece que el interés anual por obligación tributaria no satisfecha equivaldrá a 1.5 veces la tasa activa referencial para noventa días determinada por el Banco Central del Ecuador, la tasa mensual de interés por mora tributaria a aplicarse en el período Octubre - Diciembre de 2010 es la siguiente:

- **Período de vigencia:** 01 de Octubre de 2010 - 31 de Diciembre de 2010
- **Tasa:** 1,130%

Adicionalmente se adjunta un histórico de las tasas vigentes en trimestres anteriores:

TRIMESTRE	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Enero - Marzo	1,171	1,026	0,736	0,824	0,904	1,340	1,143	1,149
Abril - Junio	1,089	0,994	0,825	0,816	0,860	1,304	1,155	1,151
Julio - Septiembre	1,115	0,931	0,814	0,780	0,824	1,199	1,155	1,128
Octubre - Diciembre	1,035	0,885	0,712	0,804	0,992	1,164	1,144	1,130

BRECHAS TRIBUTARIAS

Entre los deberes formales que deben cumplir los agentes económicos en el país, están: **inscribirse** en los registros pertinentes proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad **y comunicar oportunamente los cambios que se operen.**

Las diferencias entre lo que debe ser y lo que realmente sucede, toma el nombre de **Brecha Tributaria**.

Estas brechas pueden ser:

- **Brecha de inscripción**, refleja la falta de identificación y ubicación de los contribuyentes
- **Brecha de presentación** de declaraciones, representa el incumplimiento en la obligación de presentación de formularios de declaración de impuestos.
- **Brecha de veracidad** entre la información declarada por los contribuyentes y su realidad económica.
- **Brecha de pago** del impuesto resultante de las liquidaciones producidas y no canceladas.

El Servicio de Rentas Internas depuró el catastro del Registro Único de Contribuyentes, dando de baja a 366.444 registros, conforme a los lineamientos establecidos en la Resolución No. NAC-DGERCGC10-00276 publicada en el Registro Oficial No. 223 del 28 de junio del 2010.

Cabe acotar que las obligaciones tributarias del sujeto pasivo, sea como contribuyente o responsable, únicamente pueden ser extinguidas por los modos descritos en el artículo 37 del Código Tributario y no se extinguen por la suspensión o cancelación del RUC.

CASOS ADICIONALES

Casos Especiales	Documentos requeridos
Refugiados 	<p>Copia de la credencial entregada por el Ministerio de Relaciones Exteriores.</p> <p>Para el caso de inscripción de refugiados es necesario adjuntar la credencial otorgada por el Ministerio de Relaciones Exteriores.</p>
Artesanos 	<p>Copia de la calificación artesanal emitida por la Junta Nacional del Artesano o el MICIP.</p>
Contadores 	<p>Copia del título o carné del colegio profesional respectivo.</p> <p>Para aquellos que trabajen en relación de dependencia, deberán presentar un documento que lo certifique. La carta que presente el contador en la que indique que está bajo relación de dependencia puede estar suscrita por el Representante Legal o por el responsable de Recursos Humanos.</p>
Profesionales 	<p>Copia del título universitario o copia del carné otorgado por el respectivo colegio profesional, o copia de la cédula de identidad en la que conste la profesión.</p>
Actividades Educativas 	<p>Copia del Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.</p>
Agentes afianzados de aduanas 	<p>Copia del documento expedido por la CAE en el cual se autoriza dicha actividad.</p>
Notarios y Registradores de la propiedad y mercantiles 	<p>Copia del nombramiento otorgado por El Consejo Nacional de la Judicatura para el caso de notarios y de las Cortes Provinciales de Justicia en caso de los registradores de la propiedad.</p>
Miembros de Juntas Parroquiales 	<p>Copia del nombramiento otorgado por el Consejo Nacional Electoral.</p>
Actividad Máquina traga monedas 	<p>Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo.</p>
Menores de edad emancipados 	<p>Una carta firmada por los padres o tutores en la cual se autoriza la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, a la que se adjuntará copia de la cédula de identidad o ciudadanía del padre o tutor.</p>

RESUMEN EJECUTIVO

A lo largo del desarrollo de este proyecto se utilizaron varias herramientas que fueron conocimientos adquiridos durante nuestro transcurso en la carrera de Ingeniería en Marketing, los mismos que fueron los factores fundamentales para la ejecución de tan ambicioso proyecto.

Durante el análisis de la información del ambiente ecuatoriano en cada uno de sus aspectos macro y micro notamos un país con una relativa estabilidad dato que fue conformado con los índices macro económicos y la situación interna actual. Nos enfocamos en 4 aspectos principales: Económicos, Socio-Culturales, Ambientales y finalmente los Tecnológicos.

Cada uno de ellos revelaron la falta de conocimiento tributario y la cultura de la misma debido a que nuestro país está acostumbrado a gobernantes que buscan cualquier fin menos la estabilidad y el desarrollo del Ecuador. En muchos de los casos.

En la indagación, análisis profundo de la investigación de mercados que realizamos. Utilizando una muestra representativa en la provincia del Guayas (lugar donde se va a ejecutar el proyecto) pudimos determinar los detonantes de la carencia de cultura tributaria y el poco interés e inclusive la falta de conocimientos de deberes y derechos tributarios. A la muestra se la analizó de una manera tanto cuantitativa como cualitativa y en esta última pudimos determinar aún más el sentir de los ciudadanos que conoce poco o nada del mecanismo implementado en Agosto de 2008.

Una vez realizado el particular, procedimos a la estructuración de una estrategia dirigida precisamente a los sectores económicos que posee el RISE en estos momentos. El objetivo neto luego del análisis de la información fue el siguiente: COMUNICAR.

Las estrategias cubrirán actividades below the line por tema presupuesto, debido a que el gobierno central determina y aprueba a mediados de cada año el presupuesto general para el próximo ejercicio. No es tan sencilla la consecución de fondos para la ejecución de procesos, más bien por un tema burocrático. Por tal motivo presentamos una propuesta de bajo presupuesto y demostrando con herramientas como el Marketing ROI que el proyecto es económico, efectivo y rentable ocupando apenas el 2% del presupuesto general del SRI destinado para comunicación, difusión y publicidad.

1 ESTUDIO Y ANALISIS SITUACIONAL

1.1 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO

1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL SRI

1.1.1.1 LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

La Administración del sistema tributario es una de las áreas del sector público que debe ser objeto de atención prioritaria y fortalecimiento, puesto que una buena percepción de la administración tributaria y un alto porcentaje de cumplimiento voluntario de las obligaciones, es un indicador de la madurez democrática de las sociedades contemporáneas.

En el ámbito de la Administración Tributaria, se ha generado en los últimos años una nueva cultura administrativa, centrando la gestión en valores como la eficacia, la equidad, la eficiencia y la, responsabilidad.

De igual manera se hace necesario que las administraciones tributarias sean flexibles y se innoven constantemente para hacer frente a constantes cambios en el entorno como son la globalización económica, la incorporación de nuevas tecnologías de la información y comunicaciones, mayor atención a los servicios al contribuyente, necesidad de mayor profesionalización del personal, interrelación de la normativa con la gestión tributaria, entre otras.

En resumen, la Administración Tributaria está viviendo una transformación fundamental, en función del entorno cambiante. Si bien su objetivo fundamental es recaudar recursos para el fisco, ya no puede enfocar su estrategia únicamente al control del cumplimiento sino que debe haber un equilibrio entre el control y la promoción del cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

1.1.1.2 ENTORNO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA CREACIÓN DEL SRI

La creación del SRI en 1997 se inició en el ámbito de la mayor crisis económica y financiera registrada en la vida del país, que dio lugar a un largo espacio de

inestabilidad política, solo mitigado por la culminación del proceso de negociación limítrofe con la suscripción del tratado de paz con el Perú.

La desintermediación financiera producida por la adopción del Impuesto del 1% a la Circulación de Capitales en sustitución del Impuesto a la Renta, fue la respuesta de una sociedad cuya falta de cultura tributaria, no permitía ni la más mínima contribución impositiva. El Ecuador se transformó entonces en un país atípico en materia tributaria y la adopción de esta medida, auspició una importante salida de capitales y profundizó la crisis del sistema financiero.

El Ecuador vivía la etapa recesiva más aguda de al menos los últimos setenta años, con efectos devastadores en las tasas de empleo, inflación, fuga de capitales y una severa contracción de los sectores productivos, que entre otros factores, incidieron en un decrecimiento del 7.3% del PIB en el año 1999. En el sector externo, la fuerte contracción de importaciones, fue determinante en el comportamiento económico general y tuvo un impacto negativo en la recaudación de tributos provenientes del comercio internacional. La reserva monetaria internacional disminuyó en US \$ 492 millones, en tanto el tipo de cambio pasó de S/ 7.200 en enero, a S/ 19.900 en diciembre, representando una devaluación del 176%.

Para el año 1999, la situación del sistema financiero se presentaba insostenible provocándose el cierre de aproximadamente 20 instituciones, que no resistieron la corrida masiva de depósitos, ante la pérdida de la confianza de sus clientes. Se pusieron en evidencia prácticas inapropiadas de concesión de crédito a empresas vinculadas, insuficientes mecanismos de control y ausencia en la aplicación de los principios de general aceptación en la banca. La fragilidad de las carteras de préstamos, debido a las dificultades de carácter económico que se avizoraban en los sectores productivo y comercial, provocó el desequilibrio de su gestión como agentes de intermediación.

La falta de liquidez y de solvencia y la incapacidad del sistema para atender a sus clientes, determinó la adopción de un feriado bancario y el congelamiento de depósitos, medidas que aumentaron la desconfianza y afectaron la credibilidad

sobre las políticas aplicadas por el gobierno, al descubrirse su vinculación con intereses particulares del sector financiero.

1.1.1.3 EN EL AÑO 2000

Ante esta situación, el ejecutivo decidió en los primeros días del año 2000, adoptar la dolarización como sistema monetario y cambiario, a una tasa de S/ 25.000 por dólar, que derivó en el desequilibrio inmediato de los precios relativos de la economía. La falta de decisiones llegó a afectar al nivel más alto de conducción gubernamental y el nuevo Presidente, al inicio de su gestión en enero del año 2000, ratificó la vigencia del modelo de dolarización, en un esfuerzo por tranquilizar el mercado financiero y el comportamiento de los agentes económicos.

Simultáneamente, se iniciaron negociaciones con el FMI y se planteó como objetivo gubernamental el equilibrio en las finanzas públicas. Se buscó re-establecer la estabilidad política sobre la base de criterios de gobernabilidad y algunas estrategias de concertación social, particularmente con el sector indígena, a través de mesas de diálogo para el tratamiento de temas específicos. La política gubernamental dio prioridad a la vialidad, y a la construcción de un nuevo oleoducto para crudos pesados.

A partir de marzo del 2000, se inició el descongelamiento paulatino de depósitos en el sistema financiero y se re-establecieron líneas de crédito al sector privado, factores que incidieron favorablemente en la reactivación de la demanda interna. Los resultados se reflejaron en una relativa recuperación del PIB en 2.3%, aunque no se pudo controlar la inflación que llegó al 96.1%, especialmente en los bienes no transables. La reestructuración de la deuda que apoyó el fortalecimiento de la reserva monetaria internacional que creció en US \$ 308 millones. Los esfuerzos realizados por mantener la estabilidad política, más algunas medidas adoptadas en el campo económico dieron sus frutos en el año 2001, en el cual se observó una recuperación de la economía con un crecimiento del 5.6% del PIB que, sin embargo, no alcanzó los niveles obtenidos en el año 1998. Los sectores con mayor dinamismo fueron los de la construcción, el comercio y la industria manufacturera.

La inversión nacional y extranjera que llegó a US \$ 1.329 millones, duplicando la cifra de 1999. En el sector externo, las exportaciones FOB decrecieron a causa de que las ventas de petróleo sufrieron una fuerte disminución mientras las importaciones medidas en valores CIF aumentaron en el 44%, con un importante crecimiento de las de bienes de consumo. El alto grado de dolarización que caracterizó a la economía ecuatoriana en los años previos, facilitó la adopción del nuevo sistema y el establecimiento de precios relativos, acordes a los niveles de la oferta. No obstante, la inflación se mantuvo todavía en niveles de alrededor del 38%, producto de la falta de productividad interna y de la ausencia de políticas colaterales necesarias para sustentar un modelo de esta naturaleza. La acción del gobierno se orientó al refinanciamiento de la deuda apoyado en programas de financiamiento con organismos multilaterales de desarrollo.

1.1.1.4 A PARTIR DE 2002

En el año 2002, la economía ecuatoriana recuperó los niveles del PIB, salario real y exportaciones logrados en 1998, con un ligero crecimiento. El comportamiento favorable del precio del petróleo fortaleció a las finanzas públicas. La tasa de inflación a diciembre de ese año se ubicó en el 9.4%. Sin embargo, no se pudo avanzar en el proceso de modernización del Estado, que requiere de una reforma estructural, una nueva conceptualización de los servicios públicos, la redefinición del papel del Estado y de la seguridad social, entre otros aspectos importantes.

Los requerimientos de equilibrio fiscal y estabilidad macroeconómica, indispensables para la conducción armónica del país, estimularon institucionalizar la administración tributaria, a redoblar esfuerzos, para impulsar la creación de una cultura tributaria y obtener los recursos necesarios para la sostenibilidad de un proceso de desarrollo, bajo la convicción de que para afianzar los objetivos fiscales es necesario que los ingresos tributarios sustituyan a los ingresos petroleros

Se reconocía que éste es el camino para independizar a la economía de los riesgos de fluctuación del mercado, aumentar los márgenes de seguridad del financiamiento público y disponer de los recursos necesarios para la operación de un fondo que permita emplearlos en inversiones prioritarias. El reto consistió en revertir la tendencia inercial de una economía en crisis respecto de la recaudación tributaria, atacando el fraude fiscal.

El modelo de gestión aplicado en el SRI, ha contribuido a rescatar el valor del servicio público, pues los conceptos de eficiencia y eficacia que prevalecen en él han significado la introducción de mecanismos de mercado dentro de una organización del estado.

1.1.1.5 EL SRI

Es una entidad técnica y autónoma, con personería jurídica, de derecho público, patrimonio y fondos propios y jurisdicción nacional, está encargada de la administración y recaudación de los impuestos. Fue creada por la Ley No. 41 y publicada en el Registro Oficial, el 2 de diciembre de 1997.

1.1.1.5.1 FACULTADES:

De conformidad con el Código Tributario, el SRI y el resto de Administraciones Tributarias tienen las siguientes facultades:

- De aplicación de la ley;
- La determinadora de la obligación tributaria;
- La de resolución de los reclamos y recursos de los sujetos pasivos;
- La potestad sancionadora por infracciones de la ley tributaria o sus reglamentos; y,
- La de recaudación de los tributos.

Por otra parte, de conformidad con la Ley de Creación, el Servicio de Rentas Internas tendrá las siguientes facultades, atribuciones y obligaciones:

- Ejecutar la política tributaria aprobada por el señor Presidente de la República;
- Efectuar la determinación, recaudación y control de los tributos internos del Estado;
- Preparar estudios respecto de reformas a la legislación tributaria;
- Emitir y anular títulos de crédito, notas de crédito y órdenes de cobro;
- Imponer sanciones;
- Establecer y mantener el sistema estadístico tributario nacional;
- Solicitar a los contribuyentes información vinculada con la determinación de sus obligaciones tributarias o de terceros; y,
- Las demás que se asignen por ley.

1.1.1.5.2 LEYES:

La estructura jurídica tributaria actual, se encuentra conformada básicamente por los siguientes cuerpos legales, en orden de prelación:

1.- Constitución Política de la República

Establece que los impuestos deberán ser progresivos.

2.-Ley de Equidad Tributaria y Ley de Régimen Tributario (LRTI)

Ley de Equidad Tributaria:

Es un cuerpo normativo que reformó varios artículos del Código Tributario, de la Ley de Régimen Tributario Interno y creó nuevos impuestos, como por ejemplo el de salida de capitales.

Ley de Régimen Tributario (LRTI):

Describe los distintos impuestos que rigen el Sistema Tributario, especifica por ejemplo para el impuesto a la renta, cuales son los sujetos activos y pasivos, que contribuyentes están obligados a declarar o liquidar este impuesto.

3.- Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención y Ley del Registro Único de Contribuyentes

Reglamento de Comprobantes de Venta:

Cuerpo normativo, reglamentario, dictado por el Presidente de la república, que regula todo lo relacionado con los Comprobantes de Venta y Retención, así como otros documentos complementarios y señala las formas, modos y requisitos necesarios para su validez, la violación de sus normas se sancionan como falta reglamentaria.

Ley del Registro Único de Contribuyentes:

Establece la obligatoriedad de todos los ciudadanos que tienen actividad económica a inscribirse en este catastro.

4.- Resoluciones y circulares de carácter general.

Son normas de carácter secundario y de cumplimiento obligatorio, las dicta el Director General de cada Administración Tributaria para regular ciertas obligaciones de los contribuyentes, conforme lo señala el Código Tributario deben ser publicadas según corresponda en el Registro Oficial, su violación es sancionada como falta reglamentaria .

1.1.1.5.3 EL DIRECTORIO:

Es la autoridad máxima del Servicio de Rentas Internas y está conformado por:

- El Ministro de Finanzas, quien lo preside;
- El Superintendente de Compañías o su delegado;

- El Superintendente de Bancos o su delegado;
- El Subsecretario de Presupuestos y Contabilidad;
- Un representante de las Federaciones Nacionales de las Cámaras de la Producción.

El Director General del Servicio de Rentas Internas participa en las reuniones del Directorio con voz informativa pero sin voto. El Presidente del Directorio tiene además, voto dirimente. El Directorio cuenta con un Secretario designado por su Presidente.

1.1.1.5.3.1 EL DIRECTOR:

El Servicio de Rentas Internas está dirigido y administrado por un Director General nombrado por el Presidente de la República, por el período de duración de su mandato. Este funcionario puede ser ratificado en períodos sucesivos.

Para ser nombrado Director General del Servicio de Rentas se requiere:

- Ser ecuatoriano;
- Poseer título conferido por un Centro de Educación Superior nacional o extranjero en una de las especialidades de Derecho, Economía, Administración, Contabilidad o Auditoría;
- Tener conocimiento y experiencia en temas tributarios; y,
- Acreditar alta honorabilidad, hoja de vida limpia, no haber sido sentenciado en causa penal y no tener auto de apertura a plenario.

1.1.1.5.3.2 IMPUESTOS:

El SRI administra los siguientes impuestos:

- El Impuesto sobre la Renta
- El Impuesto al Valor Agregado

- El Impuesto a los Consumos Especiales
- El Impuesto a la Propiedad Vehicular
- El Impuesto a la Salida de Divisas
- El Impuesto a Ingresos Extraordinarios
- El Impuesto a las Tierras Rurales
- Impuesto a los Activos Financieros en el Exterior
- El Régimen Simplificado (IVA y Renta)

1.1.1.6 CICLO DE GESTION INSTITUCIONAL

1.1.1.6.1 NORMATIVA TRIBUTARIA:

La estructura jurídica tributaria actual, se encuentra conformada básicamente por las siguientes normas, en orden de prelación:

- Constitución Política de la República.
- Código Tributario.
- Ley de Régimen Tributario (LRTI).
- Ley del RUC.
- Ley de Equidad Tributaria.
- Reglamento a la LRTI.
- Reglamento a la Ley de Equidad Tributaria.
- Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención.
- Resoluciones y circulares de carácter general.

1.1.1.6.2 OBLIGACIÓN TRIBUTARIA:

Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

1.1.1.6.3 CONTRIBUYENTES:

El contribuyente es aquella persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

El SRI mantiene registrado a la fecha alrededor de 2'550.632 de contribuyentes.

1.1.1.6.4 DIFUSIÓN Y CAPACITACIÓN

Debido al nivel de instrucción de la sociedad ecuatoriana, la informalidad y la complejidad del sistema tributario, es necesario que la Administración Tributaria, fomente la asistencia, capacitación y difusión de las obligaciones tributarias como un vínculo permanente de interacción entre la sociedad y la autoridad.

En este sentido, se promueve la ejecución de nuevos programas de asistencia, como por ejemplo con la implantación del Call Center, se fortalecen los programas orientados a formar a niños y jóvenes en la cívica relacionada con el pago de impuestos y se resaltarán en la sociedad en general, el concepto de que el cumplimiento fiscal le hace bien al país.

1.1.1.6.5 PERSONAL

El SRI se caracteriza por tener personal calificado en busca del logro del cumplimiento de los Objetivos Estratégicos Institucionales, por esta razón, la Institución brinda las condiciones idóneas para atraer, retener y mantener a este personal calificado.

Para que un funcionario del SRI se sienta valorado, motivado y comprometido con la institución, se da el reconocimiento a su labor, la dotación de condiciones adecuadas y un entorno de desarrollo personal, profesional y grupal.

El manejo del talento humano en el SRI, se considera en función de cada uno de los procesos que contempla: el análisis en la descripción de cargos, el reclutamiento del personal, el proceso de adiestramiento y la orientación a los objetivos y logros institucionales.

Al 31 de marzo del 2010, el número de funcionarios del SRI fueron de 2717 personas.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011),

1.1.2 MISIÓN

Promover y exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios éticos y legales, para asegurar una efectiva recaudación que fomente la cohesión social.

1.1.3 VISIÓN

Ser una institución que goza de confianza y reconocimiento social por hacerle bien al país. Hacerle bien al país por que contamos con funcionarios competentes, honestos, comprometidos y motivados. Hacerle bien al país por cumplir a cabalidad la gestión tributaria, disminuyendo significativamente la evasión, elusión y fraude fiscal.

1.1.4 VALORES

- **Vocación de Servicio:** La vocación de servicio de los funcionarios del SRI es el atributo por el cual somos reconocidos por nuestra comunidad estratégica, ya que refleja un modelo de gestión pública orientada al cliente, que promueve el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias.
- **Honestidad, Ética, y Probidad:** Actuamos siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia, la práctica de la moral y la rectitud en el logro de los objetivos institucionales. La integridad de nuestras actuaciones genera confianza y credibilidad en la ciudadanía.
- **Compromiso:** Los funcionarios del SRI son conscientes de su valioso aporte para la Administración Tributaria, por lo cual se comprometen con la misión institucional, entendiendo que su esfuerzo le hace bien al país y contribuye en la construcción de una verdadera cohesión social.
- **Equidad:** Todos los contribuyentes merecen ser asistidos o gestionados con los mismos derechos y garantías. Los funcionarios de la Administración Tributaria en el ejercicio de sus facultades, son técnicos e imparciales.
- **Respeto:** El SRI es una institución valorada por la sociedad, por su profundo sentido de respeto a los derechos de los ciudadanos, al uso de los recursos públicos con rendición de cuentas y por las relaciones cordiales entre sus funcionarios.
- **Trabajo en equipo:** Somos un equipo sólido, motivado, cohesionado y respetuoso de las ideas, donde no existen barreras u objetivos divergentes.

Tenemos una única misión que nos permite lograr los objetivos que la sociedad demanda.

Nuestro esfuerzo en conjunto genera sinergias que nos facilitan alcanzar nuestra visión compartida.

1.1.5 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Gráfico 1: Objetivos Organizacionales



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.5.1 DESAFIOS AL 2013

- Política Económica y de Gestión Tributaria
- Presión Tributaria del 13% al 15%
- Cierre de Brechas Tributarias
- Consolidar la Imagen Institucional
- Aumentar la Progresividad del Sistema Tributario

1.1.6 POLÍTICA ECONÓMICA Y GESTIÓN TRIBUTARIA

El Gobierno Ecuatoriano, en el período presidencial que comenzó en el año 2007, busca mantener estabilidad económica pero fundamentando el desarrollo humano y crecimiento productivo, por lo que se ha planteado una política económico–social de largo plazo, orientada a privilegiar el desarrollo de las actividades productivas, elevando los niveles de competitividad de los sectores público y privado, fomentando el ahorro, racionalizando la carga tributaria y principalmente ejecutando mecanismos y acciones que reduzcan considerablemente la evasión y elusión tributaria la cual afecta la economía y la cohesión social.

Dicha política se fundamenta en 5 propósitos primarios, que son: producción, empleo, integración, equidad y confianza.

- Desarrollo de la Producción y productividad nacional
- Generación de empleo digno
- Posicionamiento estratégico del país en el contexto de su región frente a la cuenca del Pacífico.
- Inclusión productiva y redistribución del ingreso y la riqueza
- Cohesión social, participación ciudadana y transparencia.

Teniendo en cuenta estos elementos, el Plan Plurianual presentado por el Gobierno del Presidente Constitucional de la República del Ecuador, Economista Rafael Correa, toma distancia de aquella noción de política social y económica, tradicional y que se ha vuelto dominante en el debate de estos últimos años, al establecer

objetivos y metas en procura del desarrollo humano sostenible.

Los grandes objetivos establecidos por el Gobierno Nacional, que sirven de guía para la formulación de las políticas públicas son:

- **Objetivo 1** Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social
- **Objetivo 2** Mejorar las capacidades de las y los ciudadanos
- **Objetivo 3** Aumentar la esperanza de vida
- **Objetivo 4** Promover un medio ambiente sano y sostenible, y garantizar el acceso a agua, aire y suelo seguro.
- **Objetivo 5** Garantizar la soberanía nacional y auspiciar la integración latinoamericana
- **Objetivo 6** Garantizar un sustento (trabajo) sostenible, justo y digno
- **Objetivo 7** Incrementar los espacios de encuentro común y el bienestar subjetivo
- **Objetivo 8** Garantizar los derechos colectivos
- **Objetivo 9** Fomentar el acceso a la justicia
- **Objetivo 10** Garantizar el acceso a participación pública – política
- **Objetivo 11** Auspiciar el desarrollo local, la competitividad y la sostenibilidad macroeconómica
- **Objetivo 12** Recuperar el rol regulador y redistribuidor del Estado en la economía.

1.1.6.1 PRESIÓN TRIBUTARIA DEL 13% AL 15%

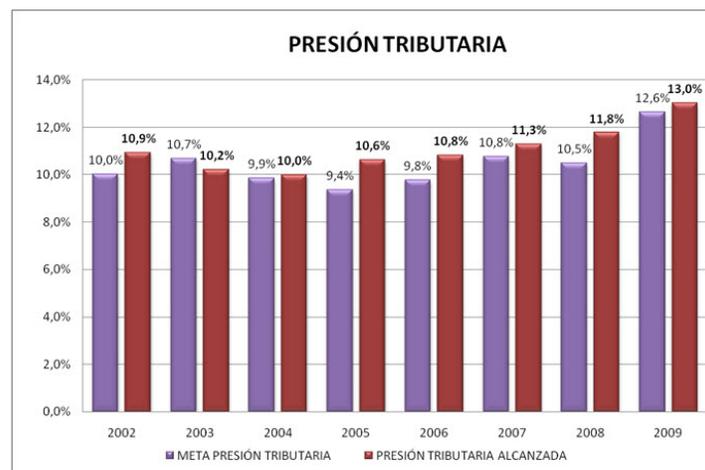
El grado de desarrollo institucional alcanzado por el Servicio de Rentas Internas, se reflejó en el incremento progresivo de la recaudación de los tributos que administra. Sin embargo, la presión o esfuerzo tributario en el Ecuador, es uno de los indicadores más bajos de la región.

Por tanto, es de gran preocupación para la actual administración, los bajos niveles de presión tributaria, pues en el 2000 se ubicó en el 10.4% y hasta el 2006 se

incrementó hasta alcanzar el 10.8%, un crecimiento promedio 0.1% anual. En algunos países de la región se ubica en un promedio del 18%, mientras que en países europeos en el 50%, es decir que el gasto público es equivalente a la mitad del total de la producción nacional (PIB), lo que permite llevar adelante una sostenida política de bienestar social.

Con estos antecedentes, el SRI se plantea el desafío de alcanzar en el año 2013 una Presión Tributaria del 15%, que reflejará una mejor gestión de control de la evasión de impuestos, el aumento de la base de contribuyentes y una mejora sustancial en la cultura y concientización ciudadana hacia el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Gráfico 2: Presión Tributario



Nota: El PIB utilizado desde 2002 a 2007 corresponde al actualizado por el BCE. Para los años 2008 y 2009 se mantiene el PIB anterior.
Fuente: Base de Datos del SRI
Elaboración: Previsiones y Estadísticas.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.6.2 CIERRE DE BRECHAS TRIBUTARIAS

El potencial tributario es la recaudación esperada que un gobierno espera extraer de

la economía aplicando un sistema tributario óptimo.

Teóricamente se puede diferenciar este potencial bajo dos perspectivas: el estructural y el legal. El potencial tributario estructural la capacidad máxima posible que soporta una economía mientras que el potencial legal el valor máximo establecido por la normativa tributaria asumiendo que ningún contribuyente violaría la ley y que los errores involuntarios sumen cero. La diferencia entre la recaudación legal y la recaudación efectiva se lo denomina Brecha Tributaria o de evasión

Gráfico 3: Brechas de Evasión



Cerrar las brechas tributarias

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

En este sentido, la estrategia de la Administración se enfoca a generar las condiciones necesarias para que el contribuyente acuda voluntariamente al cumplimiento de sus obligaciones y sólo en el caso de que el contribuyente se exima de cumplir una de estas, se ejercen medidas de control extensivo e intensivo usando toda la fuerza de la Ley, conforme con el esquema a continuación:

Gráfico 4: Cumplimiento Estratégico



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.6.2.1 CONSOLIDAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Los niveles de evasión en el país, hasta antes del año 1999, tuvieron una importante relación con la desconfianza en la calidad del gasto público, la escasa cultura tributaria y la deteriorada imagen de la Ex Dirección General de Rentas. Si bien los problemas de la rendición de cuentas y la inversión pública en el sector social están en proceso de mejora, la nueva gestión del Servicio de Rentas Internas, ha reflejado gradualmente una mayor confianza y respeto de la ciudadanía en el pago de sus obligaciones fiscales.

En lo relacionado a cobertura de servicios, el SRI ha efectuado importantes inversiones en mejorar y simplificar los servicios de atención a los contribuyentes, mediante la selección de funcionarios con vocación de servicio; la instalación de oficinas en las principales ciudades de todo el país y el uso de procesos altamente

tecnificados.

El consolidar el reconocimiento del SRI en la sociedad, implica la implementación de un programa de fortalecimiento de la imagen con una mejora sustancial de las oficinas, esmero en el trato del personal al contribuyente, mayor eficiencia a través de procesos y procedimientos enfocados a los servicios, mantener un irrestricto respeto a los derechos de los contribuyente y sobre todo brindar mayor transparencia de la gestión de la administración, para que la sociedad sea quien evalúe y juzgue los resultados alcanzados.

1.1.6.2.2 AUMENTAR LA PROGRESIVIDAD DEL SISTEMA TRIBUTARIO

Considerando que la equidad distributiva es un elemento central en la cohesión social y las libertades individuales, los datos regionales y del país demuestran que en la última década se han acentuado las desigualdades.

Como se señaló anteriormente, América Latina es la región en desarrollo que menor presión tributaria registra. Los sistemas tributarios de la mayoría de estos países suelen ser poco progresivos o incluso regresivos.

Este último hecho se explica en que la recaudación se basa en mayor medida en la aplicación de impuestos indirectos –al consumo– que directos –sobre la renta o el patrimonio- y que los procesos de la administración son costosos afectando más al que menos tiene.

El enfoque de una administración tributaria moderna como el SRI, debe alinearse con el fortalecimiento de sus sistemas de control extensivo e intensivo.

En relación con esta estrategia, el SRI espera ejecutar nuevos programas de control tributario que promuevan el cumplimiento voluntario de las obligaciones y el incremento del riesgo implícito en acciones de fraude fiscal o evasión, garantizando la efectiva aplicación de la normativa vigente y propendiendo un esquema impositivo más progresivo

1.1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1.1.7.1 ADMINISTRACIÓN NACIONAL

Su función básica es la de establecer políticas corporativas claras que permitan actuar bajo los mismos principios y procedimientos a todas las unidades funcionales que ejecutan la operación desconcentrada. La Administración Nacional tiene jurisdicción en todo el país y es la encargada de establecer los lineamientos estratégicos, objetivos, políticas, procesos y procedimientos, así como vigilar su cabal aplicación y cumplimiento.

1.1.7.2 ADMINISTRACIÓN REGIONAL

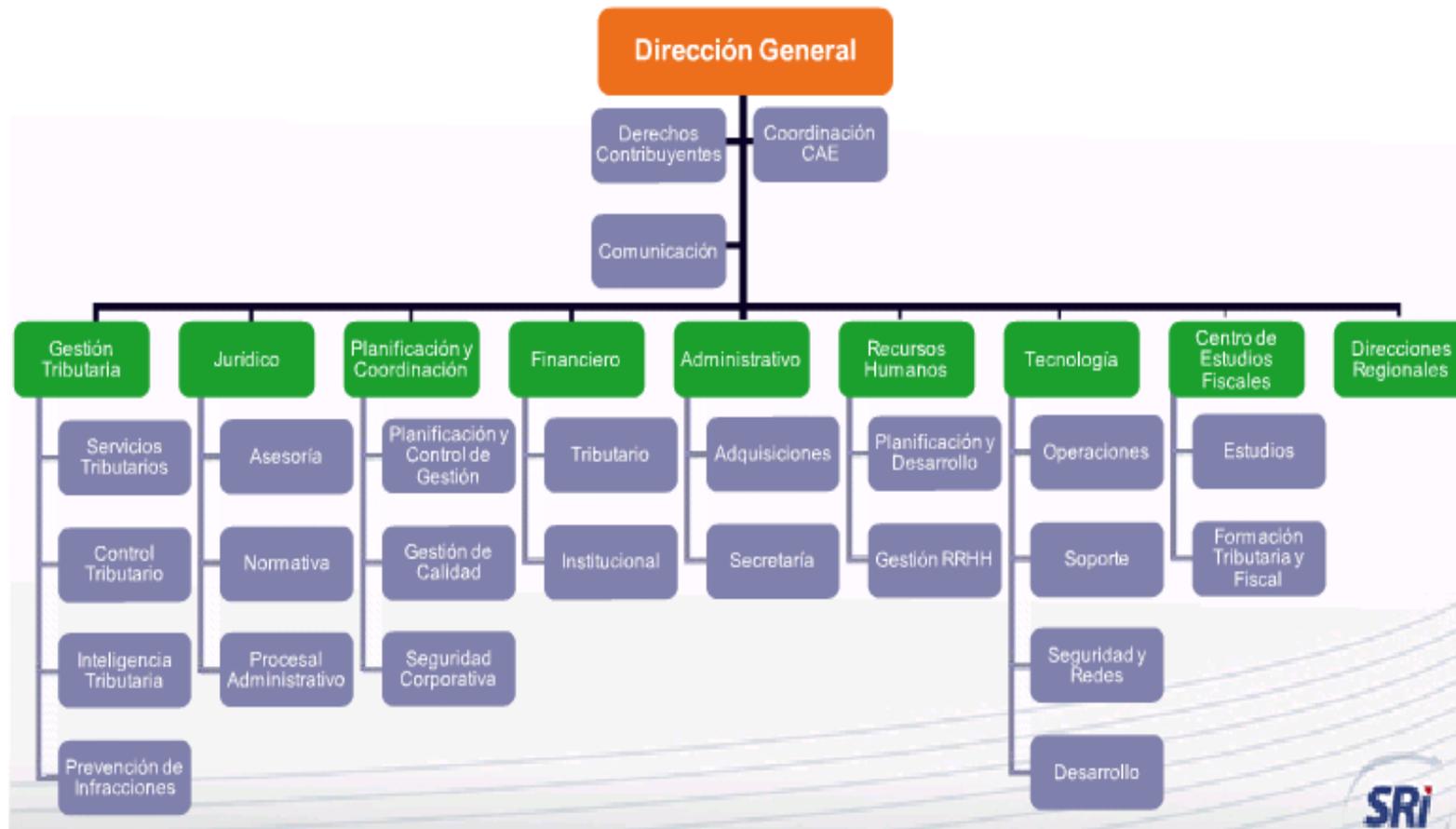
Su función básica es la de ejecutar los procesos y procedimientos bajo un esquema operativo desconcentrado y uniforme, retroalimentando a la Administración Nacional sobre los sistemas implantados, con el propósito de promover su mejoramiento y alcanzar los objetivos y metas institucionales, en un marco de eficiencia y productividad.

Para obtener mayor información, sugerimos revisar el Reglamento Orgánico Funcional del Servicio de Rentas Internas.

1.1.7.3 ESTRUCTURA ORGANICA DIRECCION NACIONAL

Gráfico 5: Organigrama Dirección Nacional

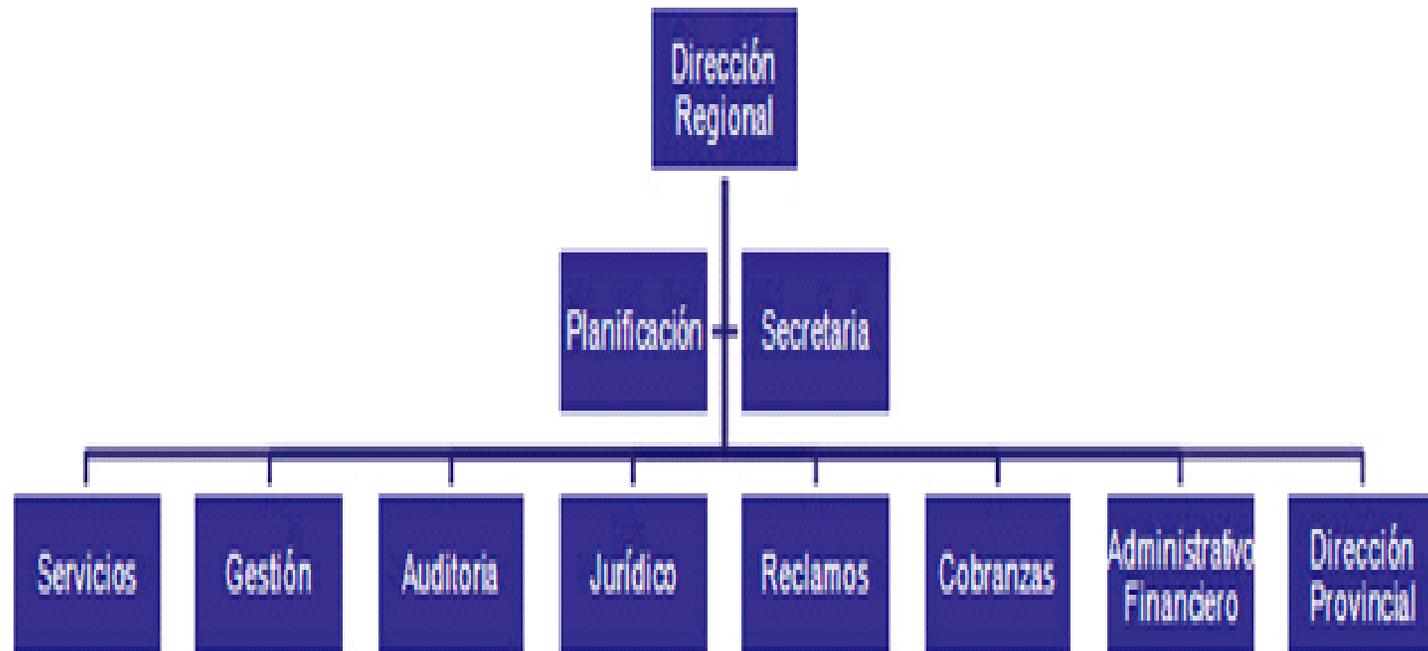
Pulsa los botones y conoce a los Directores Nacionales



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.7.4 ESTRUCTURA ORGANICA – ADMINISTRACION REGIONAL

Gráfico 6: Organigrama Dirección Regenional



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.7.5 JURISDICCIÓN DEL SISTEMA OPERATIVO DESCONCENTRADO

Dirección Regional del Norte, con sede en la ciudad de Quito, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Pichincha, Carchi, Imbabura, Sucumbíos, Orellana, Esmeraldas y Napo;

Dirección Regional del Litoral Sur, con sede en la ciudad de Guayaquil, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Guayas, Los Ríos y Galápagos; y,

Dirección Regional del Austro, con sede en la ciudad de Cuenca, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Azuay, Cañar y Morona Santiago;

Dirección Regional Centro I, con sede en la ciudad de Ambato, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza;

Dirección Regional Centro II, con sede en la ciudad de Riobamba, tiene bajo su jurisdicción las provincias de Chimborazo y Bolívar.

Dirección Regional de Manabí, con sede en la ciudad de Portoviejo, tiene bajo su jurisdicción la provincia de Manabí;

Dirección Regional del Sur, con sede en la ciudad de Loja, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Loja y Zamora Chinchipe;

Dirección Regional de El Oro, con sede en la ciudad de Machala, tiene bajo su jurisdicción la provincia de El Oro.

1.1.8. PRODUCTOS O SERVICIOS

1.1.8.1 PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN

En el Servicio de Rentas Internas, la administración realiza su gestión institucional enmarcada en el Plan Estratégico 2010 – 2013, que a su vez se encuentra alineado a los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador.

El Plan Estratégico Institucional, se ejecuta través de tres Programas de ejecución anual:

- Programa Anual de Control y Gestión del Cumplimiento Tributario.
- Programa Anual de Asistencia e Información al Contribuyente.
- Programa Anual de excelencia organizacional y operaciones.

Los programas anuales contemplan los Proyectos y las Actividades relevantes que se llevarán a cabo, a efectos de lograr los objetivos estratégicos del SRI.

En este mismo sentido, y con la finalidad del logro de los objetivos institucionales, el SRI anualmente define un Plan Operativo (POA) con un conjunto de objetivos, medidas, metas y medios o proyectos, entre los que se incluyen nuevos aplicativos informáticos, rediseño de procesos y procedimientos, elaboración de manuales y estudios, entre otros.

Para el monitoreo del grado de avance en la ejecución de la Planificación Estratégica, se han definido un conjunto de indicadores estratégicos, de gestión y de proyectos, conforme con las siguientes definiciones:

- Indicadores estratégicos: son los indicadores que permitirán evaluar el real cumplimiento de los objetivos estratégicos.
- Indicadores de Procesos: son los indicadores que permitirán evaluar el grado de eficiencia de los procesos institucionales.
- Indicadores de Proyectos: son los indicadores que permitirán evaluar el grado de avance en la ejecución de los proyectos institucionales y a su vez, el impacto de su implantación en los objetivos previstos.

El Sistema de Indicadores de Gestión del Servicio de Rentas Internas, es una técnica de control estratégico, que mediante un conjunto de medidas, ofrecen a los niveles alto y medios de decisión, una visión rápida y global del desempeño Institucional. Así mismo, permite la evaluación permanente del cumplimiento de los Objetivos Estratégicos Institucionales, planteados en la Planificación Estratégica Institucional 2010 – 2013 mediante la generación de “alertas tempranas” en la medición de dimensiones establecidas en el Mapa Estratégico.

1.1.8.1.1 SOPORTE JURÍDICO

El SRI al ser una entidad del Sector Público, la atención a la normativa vigente es de suma importancia, en este sentido, la institución posee en sus áreas jurídicas nacional y regionales, el asesoramiento y soporte correspondiente al respecto de asuntos de carácter constitucional y legal, y en materia de convenios tributarios internacionales; así como en la aplicación de criterios y procedimientos legales con los distintos departamentos y áreas.

1.1.8.1.2 SERVICIOS TRIBUTARIOS

El Servicio de Rentas Internas, ha enfocado como estrategia fundamental el mejorar los niveles de prestación de servicios a la ciudadanía. En este sentido, no es posible describir el proceso de mejora en los niveles de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del Ecuador, sin hacer referencia al amplio programa de inversión en tecnología e infraestructura física para la prestación de mejores servicios a los contribuyentes.

La sociedad ecuatoriana todavía mantiene una cultura tributaria limitada en el pago de impuestos, parcialmente por el desconocimiento de las normas, por la todavía limitada cobertura de los servicios tributarios prestados por el SRI y la complejidad de los procedimientos.

En lo relacionado con el desconocimiento de las normas, el SRI ha desarrollado varios programas de capacitación y educación, que van desde la difusión por medios masivos, charlas y seminarios de formación tributaria, hasta la celebración de un convenio con el Ministerio de Educación y Cultura para la formación sobre temas tributarios, a niños y adolescentes de los planteles educativos de todo el país.

En lo relacionado a cobertura de servicios, el SRI ha invertido importantes recursos en mejorar y simplificar los servicios de atención a los contribuyentes, mediante la selección de funcionarios con vocación de atención al ciudadano; la instalación de oficinas en las principales ciudades de todo el país y el uso de procesos tecnificados

que incluyen prestaciones por Internet, campo en el cual hay que reconocer la existencia de un limitado nivel de acceso de la población. El mejoramiento de los servicios tributarios, facilitó significativamente al cumplimiento voluntario de los contribuyentes, incrementando la recaudación de impuestos, consolidando la imagen institucional y mejorando las relaciones entre la Administración Tributaria y la sociedad.

La Administración Tributaria “on line”, las nuevas tecnologías de información, han revolucionado la manera de efectuar las transacciones económicas y también los mecanismos para que el SRI interactúe con la sociedad. En este sentido, varios países han reformulado su estrategia de gestión, orientando cada vez mayores recursos a la automatización de procesos y prestación de servicios, tradicionalmente prestados por ventanilla, a través de portales Web, reduciendo la necesidad de nuevas oficinas para la atención presencial de los contribuyentes y la contratación de personal para sus propósitos.

1.1.8.2. RUC – FACTURACIÓN - DECLARACIONES

El Registro Único de Contribuyentes (RUC): El pago de impuestos establecidos en el país, se inicia con la configuración de un buen catastro de contribuyentes. Desde esta perspectiva el Registro Único de Contribuyentes, es uno de los instrumentos fundamentales de la Administración Tributaria para la inscripción y control de los agentes económicos.

Comprobantes de Venta y Retención (Facturación): Los contribuyentes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes, tienen la obligación de emitir comprobantes de venta para sustentar todas sus transacciones económicas realizadas.

Declaraciones, Anexos y Validación: Los contribuyentes tienen la obligación de presentar sus declaraciones mensuales o semestrales de IVA, la declaración mensual de retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta y la declaración anual del Impuesto a la Renta.

El diseño del sistema de recepción de declaraciones del SRI facilita al contribuyente cumplir con sus obligaciones tributarias a través de la presentación de formularios, medios magnéticos o Internet. Los sistemas electrónicos disponibles, permiten la validación de la información y la entrada de datos depurados a la base de datos de la Institución.

1.1.8.2.1 CONTROL TRIBUTARIO

Controles Masivos (Gestión Tributaria): El Departamento de Gestión Tributaria del SRI, ejecuta el procedimiento de regularización masiva de las obligaciones formales y la consistencia y congruencia en las declaraciones de impuestos de los contribuyentes y la información reportada por terceros. Para ello, se ha desarrollado el Sistema Nacional de Gestión Tributaria como soporte informático al proceso, manteniendo un registro y monitoreo de las actuaciones, enlazando sus reportes con otros sistemas de la Institución.

Controles Intensivos (Auditoria Tributaria): La metodología de trabajo de los controles intensivos (auditorias), se basan en un plan anual originado de la matriz de selección de contribuyentes a determinar, elaborada por la Dirección Nacional y enviada a cada una de las regionales para su respectiva ejecución.

El Servicio de Rentas Internas está enfrentando variados desafíos relacionados con nuevas prácticas de evasión y elusión de impuestos, tales como la constitución de empresas fantasmas, la falsa creación de gasto o crédito tributario, la sobrevaloración o subvaloración en transacciones internacionales y la ausencia de normas relativas a la fiscalidad del comercio electrónico.

La globalización y en particular la mayor facilidad de movimiento de los flujos internacionales de capitales y el no contar con una adecuada actualización de la normativa tributaria, que establezca definiciones sobre establecimientos permanentes y el tratamiento de empresas que operen con paraísos fiscales o de tributación preferente y potencie la armonización tributaria, restringe la capacidad de reacción del SRI, ante las prácticas de elusión tributaria.

Cobranzas: La función de cobranzas involucra la recuperación de los valores detectados y notificados al contribuyente por parte de las áreas de control, principalmente Gestión y Auditoría Tributaria. Al ser la etapa final de la gestión tributaria, los resultados del proceso de cobro reflejan la eficacia de las actuaciones de la Administración en todo el procedimiento previo de gestión tributaria, donde incluso una falla operativa, como puede ser una notificación inadecuada, puede causar la no recuperación de la deuda. Con el objeto de extinguir la deuda generada, la Unidad de Cobranzas realiza las siguientes acciones: Cobranza Persuasiva (Llamadas telefónicas, notificaciones), Facilidades de pago, Investigación coactiva.

1.1.8.2.2 TECNOLOGÍA

La tecnología de información ha sido uno de los principales pilares para el modelo de gestión del SRI. El uso de la información a través de herramientas y aplicaciones informáticas es un elemento fundamental de apoyo para la sistematización de los procesos tributarios, la eficiente prestación de los servicios a los contribuyentes y una eficiente y transparente gestión en los ámbitos de control y auditoría tributaria.

1.1.8.2.3 DERECHOS DEL CONTRIBUYENTE

El SRI, tiene entre sus pilares fundamentales el promover, difundir y salvaguardar los derechos y garantías de los contribuyentes en los diferentes procedimientos que aplica la Administración Tributaria. Para esto, recepta, estudia y canaliza las quejas y, o sugerencias de los contribuyentes, relacionadas con las actuaciones del Servicio de Rentas Internas, en tanto afecten sus derechos y garantías, y de esta forma formular propuestas de solución al o los procesos cuestionados.

1.1.8.2.4 RECURSOS HUMANOS

Para el logro de los objetivos institucionales, el SRI considera de extrema importancia, el manejo eficiente de los recursos financieros y la justificación de los costos administrativos involucrados en todos y cada uno de los procedimientos y procesos operativos. La aplicación de las políticas de inversión y gasto, han contribuido al logro de significativos niveles de ahorro y a la posibilidad de disponer de excedentes para enfrentar los cambios operativos derivados de las reformas legales y de los nuevos proyectos definidos por el gobierno y la institución.

Conforme lo establecido por la Ley, el presupuesto del SRI corresponde al 1,5% de la Recaudación de Impuestos administrados por la Institución.

Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

1.1.8.3 RISE

1.1.8.3.1 ¿QUÉ ES EL RISE?

Un porcentaje considerable de la población tiene interés en pagar sus impuestos; sin embargo, el procedimiento para cumplir con sus obligaciones les resulta complicado.

Para resolver este problema, la Asamblea Nacional Constituyente aprobó el Régimen Simplificado en la Ley de Equidad Tributaria del Ecuador, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 242, el 29 de diciembre del 2007.

Gráfico 7: RISE



Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

1.1.8.3.2 INSCRIPCIÓN

Pueden acogerse al RISE de manera voluntaria las personas naturales que cumplan con las siguientes condiciones y se dediquen a las siguientes actividades:

Gráfico 8: Perfil del contribuyente RISE y Actividades



Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

Previo a la inclusión al Régimen Simplificado, el SRI verificará que el solicitante cumpla con todas los requerimientos de inscripción al RISE, de conformidad con el art. 219 del Reglamento de Aplicación de la LORTI (vigente desde el 8 de junio del 2010).

El SRI puede inscribir, de oficio, a los contribuyentes que reúnan las condiciones para sujetarse a este Régimen y que no consten inscritos en el Registro Único de Contribuyentes. Estos Contribuyentes estarán sujetos a este régimen y al cumplimiento de sus respectivas obligaciones, a partir del primer día del mes siguiente al de su inscripción.

Los contribuyentes que se hayan incorporado a este régimen, deben dar de baja los comprobantes de venta, retención y demás documentos complementarios autorizados vigentes; y, solicitar la autorización para emitir comprobantes de venta en el Régimen Simplificado.

Debido a que la inscripción a este régimen es voluntaria, los contribuyentes pueden, expresamente, renunciar al mismo, lo cual surte efecto a partir del primer día del mes siguiente.

Éstos, automáticamente pasan al Régimen general.

Art. 219. Reglamento de Aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno.- De la verificación previa a la inclusión.- En el caso de que una persona natural desee incluirse al Régimen Simplificado, el Servicio de Rentas Internas verificará, a través de cualquier medio que posea, que no existan causales de exclusión, conforme lo ordenado por los artículos 97.2 y 97.3 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Art. 97.2. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.- Contribuyente sujeto al Régimen Simplificado.- (Agregado por el Art. 141 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007).- Para efectos de esta Ley, pueden sujetarse al Régimen Simplificado los siguientes contribuyentes:

a) Las personas naturales que desarrollen actividades de producción, comercialización y transferencia de bienes o prestación de servicios a consumidores finales, siempre que los ingresos brutos obtenidos durante los últimos doce meses anteriores al de su inscripción, no superen los sesenta mil

dólares de Estados Unidos de América (USD \$ 60.000) y que para el desarrollo de su actividad económica no necesiten contratar a más de 10 empleados;

b) Las personas naturales que perciban ingresos en relación de dependencia, que además desarrollen actividades económicas en forma independiente, siempre y cuando el monto de sus ingresos obtenidos en relación de dependencia no superen la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%), contemplada en el Art. 36 de la Ley de Régimen Tributario Interno Codificada y que sumados a los ingresos brutos generados por la actividad económica, no superen los sesenta mil dólares de los Estados Unidos de América (USD \$ 60.000) y que para el desarrollo de su actividad económica no necesiten contratar a más de 10 empleados; y,

c) Las personas naturales que inicien actividades económicas y cuyos ingresos brutos anuales presuntos se encuentren dentro de los límites máximos señalados en este artículo.

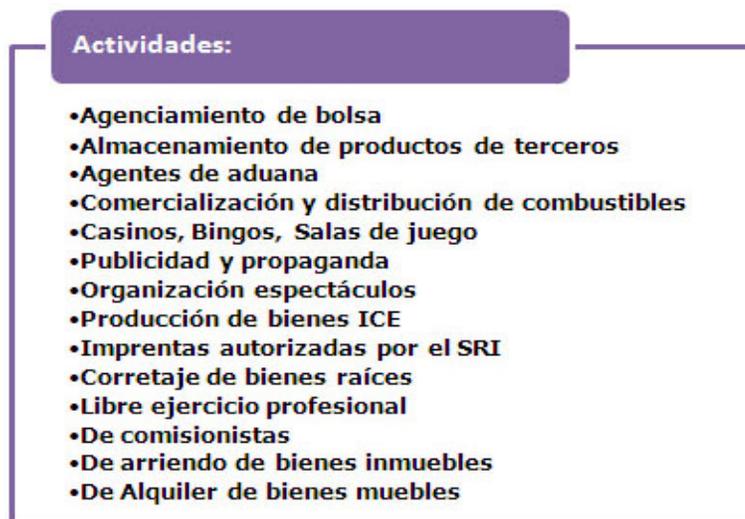
Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

1.1.8.3.3 IMPEDIMENTO DE INSCRIPCIÓN

No podrán acogerse al Régimen Simplificado las personas naturales que desarrollen las siguientes actividades:

- Las personas Jurídicas.
- Las personas naturales que hayan sido agentes de retención de impuestos en los últimos tres años; a excepción de quienes fueron agentes de retención, exclusivamente, por pagos al exterior.
- Tampoco pueden acogerse al Régimen Simplificado:

Gráfico 9: Impedimento de inscripción



Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

Comprobantes de venta RISE (Notas de Venta)

Los contribuyentes que se incorporan al Régimen Simplificado están obligados a emitir notas de venta impresas en establecimientos gráficos autorizados por el SRI, o tiquetes de máquinas registradoras autorizadas por el SRI. Según cada caso, se puede solicitar la autorización para emitir:

-Guías de remisión, -Notas de crédito -Notas de débito.

Estos documentos deben cumplir con los requisitos pre-impresos, establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención, e incluir la leyenda "Contribuyente *Régimen Simplificado*" - que puede ser abreviado para el caso de los tiquetes.

Gráfico 10: Comprobante de venta RISE



Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

Como requisitos de llenado, estos documentos deberán incluir:

- Fecha de la transacción;
- Valor de la transacción; y,

En el caso de los servicios prestados por hoteles, bares y restaurantes, debidamente calificados, deben incluir la propina establecida por el Decreto Supremo No. 1269, publicado en el Registro Oficial No. 295 del 25 de agosto de 1971.

Es importante señalar que las notas de venta y documentos complementarios no generan crédito tributario de IVA a sus adquirentes pero si sustentan costos y gastos del Impuesto a la Renta, siempre que identifiquen al usuario y describan los bienes y servicios objeto de la transacción.

Aquellos contribuyentes incorporados al Régimen Simplificado están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta únicamente por transacciones superiores a US\$ 4,00 o a petición del comprador por cualquier valor.

Al final de las operaciones de cada día, es obligación del contribuyente emitir una

nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 4,00 por las que no se emitieron comprobantes de venta.

Los contribuyentes incorporados en el Régimen Simplificado deberán conservar los documentos que sustenten sus transacciones por un período no inferior a **siete años**, conforme lo establecido en el Código Tributario. Durante este período, la Administración Tributaria podrá requerir al sujeto pasivo la presentación de los mismos.

1.1.8.3.4 RENUNCIA

La **renuncia** es el acto por el cual el contribuyente informa a la Administración Tributaria su decisión voluntaria de no pertenecer al Régimen Simplificado y cumplir con las obligaciones en el Régimen General. Para tal efecto, el contribuyente debe actualizar la información del Registro Único de Contribuyentes.

Aquellos contribuyentes que renuncian al Régimen Simplificado:

- No pueden reincorporarse al mismo hasta que transcurran doce (12) meses desde la fecha de la última renuncia registrada en el RUC.
- Deben pagar la cuota del Régimen Simplificado correspondiente al mes en el cual renuncian;
- Desde el primer día del mes siguiente, deben cumplir con sus obligaciones tributarias y deberes formales en el régimen general.

Al momento de su renuncia, los contribuyentes deben:

- Solicitar la baja de los comprobantes de venta y documentos complementarios vigentes emitidos en el Régimen Simplificado,
- Solicitar autorización para emitir comprobantes de venta y complementarios con las características del Régimen General.

Sin perjuicio de que el contribuyente renuncie al Régimen Simplificado, el Servicio de Rentas Internas, en uso de sus facultades, puede verificar y exigir el cumplimiento de obligaciones tributarias pendientes.

1.1.8.3.5 SANCIONES RISE

Son causas de **clausura** de un establecimiento, por un plazo de siete días, las siguientes:

- 1) **No actualizar la información del RUC** respecto de sus establecimientos y la actividad económica ejercida. Sin perjuicio de la aplicación de la multa que corresponda, la clausura se mantiene mínimo por siete días, hasta que el infractor cumpla con la obligación de actualizar su registro,
- 2) **Encontrarse retrasados en el pago** de tres o más cuotas. La clausura se mantiene mínimo por siete días, hasta que el infractor cumpla con el pago de las cuotas correspondientes.
- 3) **Registrarse en una categoría inferior** a la que le corresponda, omitir su re-categorización o su renuncia del Régimen. La clausura se mantiene mínimo por siete días, hasta que el infractor cumpla con su re-categorización o renuncia al RISE.
- 4) **No mantener los comprobantes** que sustenten las operaciones de ventas y compras de la actividad, en las condiciones que establece el Servicio de Rentas Internas.

La imposibilidad de ejecutarse la clausura no implica que no se aplique la sanción económica correspondiente.

1.1.8.3.6 SUSPENSIÓN DEL RISE

La normativa vigente permite a los contribuyentes optar por la suspensión temporal de todas sus actividades económicas, para ello deben presentar una solicitud al Servicio de Rentas Internas. Durante el período de suspensión, no se genera la obligación de pago de cuotas.

En ningún caso, la suspensión tendrá una duración inferior a tres meses, ni superior a un año. El procedimiento de suspensión temporal no tiene efectos retroactivos, ni genera pago indebido o en exceso.

Para que proceda la suspensión, el contribuyente no debe haber suspendido temporalmente su actividad económica en los últimos doce (12) meses previos a la fecha de solicitud.

En caso de que el contribuyente cese sus actividades económicas, debe dar de baja los comprobantes de venta no utilizados y suspender temporalmente el Registro Único de Contribuyentes.

La cancelación o suspensión del RUC por terminación de actividades económicas, conlleva la pérdida de la sujeción al Régimen Impositivo Simplificado.

Si el contribuyente desarrolla alguna actividad económica durante el período de suspensión, será sancionado conforme a lo establecido en el Código Tributario, sin perjuicio de la obligación de pago de las cuotas correspondientes al período suspendido y los respectivos intereses.

1.1.8.3.7 CATEGORIZACIÓN Y RE-CATEGORIZACIÓN DE RISE

Al momento de la incorporación en el Régimen Simplificado, las personas se categorizarán de acuerdo a la totalidad de ingresos que, por cada actividad, hayan obtenido en los últimos doce meses. En el caso de inicio de actividades, la categorización se realizará en base a los ingresos que el contribuyente presuma obtener durante los próximos doce meses para cada actividad.

En resumen, las características del contribuyente que se consideran para su categorización son las siguientes:

- a)** Su actividad económica.
- b)** Los ingresos brutos obtenidos en los últimos doce meses anteriores a la fecha de la inscripción.
- c)** Los límites máximos establecidos para cada actividad y categoría de ingresos..

Se considerarán como ingresos, para efectos de la categorización en el Régimen

Simplificado, los obtenidos por:

- Trabajo autónomo,
- Actividades empresariales,
- Explotación de predios agrícolas,
- Relación de dependencia, cuando no superen la fracción básica gravada con tarifa cero del Impuesto a la Renta.

No se incluirán para la categorización:

- Los ingresos provenientes de rendimientos financieros,
 - Revalorización de activos,
 - Premios de loterías, rifas y apuestas;
 - Ingresos por regalías,
 - Ingresos provenientes del exterior que hayan sido sometidos a imposición en otro Estado,
 - Herencias, legados y donaciones;
 - Dividendos percibidos de sociedades,
 - Pensiones jubilares,
 - Aquellos obtenidos por la enajenación ocasional de bienes muebles o inmuebles.
- *Fuente:* (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Para las personas naturales que trabajan en relación de dependencia y que, además, realizan otra actividad económica, sus ingresos brutos comprenderán la suma de los valores obtenidos en estas dos fuentes de ingresos.

1.1.8.3.7.1 CATEGORIZACIÓN

El Sistema Simplificado contempla siete categorías de pago (por cada actividad económica considerada), conforme a las siguientes tablas:

Gráfico 11: Actividades de Servicios

Actividades de Servicios					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	3
2	5,001	10	417	833	16
3	10,001	20	833	1,667	32
4	20,001	30	1,667	2,5	60
5	30,001	40	2,5	3,333	91
6	40,001	50	3,333	4,167	131
7	50,001	60	4,167	5	180

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 12: Actividades de Manufactura

Actividades de Manufactura					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	1
2	5,001	10	417	833	5
3	10,001	20	833	1,667	10
4	20,001	30	1,667	2,5	18
5	30,001	40	2,5	3,333	25
6	40,001	50	3,333	4,167	32
7	50,001	60	4,167	5	45

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 13: Actividades de Transporte

Actividades de Transporte					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	1
2	5,001	10	417	833	2
3	10,001	20	833	1,667	3
4	20,001	30	1,667	2,5	4
5	30,001	40	2,5	3,333	13
6	40,001	50	3,333	4,167	27
7	50,001	60	4,167	5	49

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 14: Hoteles y Restaurantes

Hoteles y Restaurantes					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	5
2	5,001	10	417	833	19
3	10,001	20	833	1,667	38
4	20,001	30	1,667	2,5	66
5	30,001	40	2,5	3,333	105
6	40,001	50	3,333	4,167	144
7	50,001	60	4,167	5	182

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 15: Actividades de Construcción

Actividades de Construcción					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	3
2	5,001	10	417	833	11
3	10,001	20	833	1,667	23
4	20,001	30	1,667	2,5	43
5	30,001	40	2,5	3,333	61
6	40,001	50	3,333	4,167	95
7	50,001	60	4,167	5	135

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 16: Actividades de Minas y Canteras

Actividades de Minas y Canteras					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	1
2	5,001	10	417	833	2
3	10,001	20	833	1,667	3
4	20,001	30	1,667	2,5	5
5	30,001	40	2,5	3,333	8
6	40,001	50	3,333	4,167	12
7	50,001	60	4,167	5	15

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 17: Actividades Agrícolas

Actividades Agrícolas					
Categoría	Intervalos de Ingresos		Intervalos de Ingresos		Cuota Mensual
	Anuales		Mensuales Promedio		
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5	-	417	1
2	5,001	10	417	833	2
3	10,001	20	833	1,667	3
4	20,001	30	1,667	2,5	5
5	30,001	40	2,5	3,333	8
6	40,001	50	3,333	4,167	12
7	50,001	60	4,167	5	15

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Las tablas precedentes son actualizadas cada tres años por el Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, de acuerdo a la variación anual acumulada de los tres años del Índice de Precios al Consumidor en el Área Urbana (IPCU), editado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) al mes de noviembre del último año, siempre y cuando dicha variación supere el 5%.

1.1.8.3.7.2 CUOTAS RISE

El contribuyente deberá cumplir con el pago de las cuotas de forma **mensual**, a partir del mes siguiente al mes de su inscripción en el Régimen Simplificado y hasta el mes en que se produzca la renuncia, exclusión o cancelación.

Los contribuyentes inscritos en este régimen tienen dos opciones para cancelar sus cuotas:

- **Cuota a la fecha:** En esta modalidad de pago, el contribuyente cancelará el valor del período actual, más las cuotas vencidas de meses anteriores, más títulos de crédito -de ser el caso-, con sus respectivos intereses por mora.
- **Cuota global:** En esta modalidad de pago, el contribuyente cancelará la cuota a la fecha descrita en el punto anterior, más las cuotas correspondientes al resto de meses del año en curso.

En el caso de que un contribuyente cancele la cuota global y renuncie o sea excluido del Régimen Simplificado, podrá reclamar ante la Administración Tributaria los valores pagados indebidamente.

Los valores pagados por concepto de las cuotas en el Régimen Simplificado constituyen:

- El pago del IVA generado por el contribuyente en las transferencias gravadas con este impuesto, y
- El pago del Impuesto a la Renta generado por sus ingresos gravados y deducciones, correspondientes a:
 - Actividades empresariales
 - Trabajadores autónomos
 - Explotación de predios agrícolas
 - Relación de dependencia que no supere la fracción básica desgravada.

El IVA pagado en las adquisiciones de los contribuyentes incorporados en el Régimen Simplificado, no les servirá como crédito tributario, ni en el Régimen Simplificado, ni al pasar al Régimen General.

Las suspensiones temporales de la actividad económica por cualquier causa **no eximen** el cumplimiento de las obligaciones por los períodos que correspondan.

Los contribuyentes incorporados en el Régimen Impositivo Simplificado podrán solicitar a la Administración Tributaria una **deducción del 5%** de la cuota correspondiente a su categoría, por incremento neto de empleo, hasta el **15 de diciembre de cada año**, sin que la deducción sea superior al **50%** de la cuota asignada.

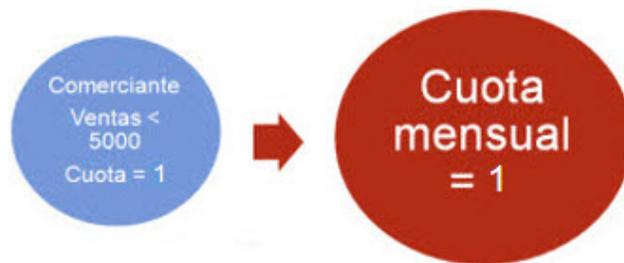
No podrán acceder a la deducción los contribuyentes que se encuentren en mora en el pago de las cuotas, así como los sujetos pasivos que se encuentren en mora patronal respecto de los aportes en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, al 30 de noviembre de cada año.

Si por cualquier circunstancia el contribuyente no hubiere podido efectuar el pago correspondiente dentro del mes en curso, deberá cancelar el monto adeudado más los intereses generados hasta la fecha de pago, conforme a lo dispuesto en el Código Tributario.

Ejemplo cuota RISE

Si el contribuyente tiene una actividad económica, la cuota mensual a pagar es:

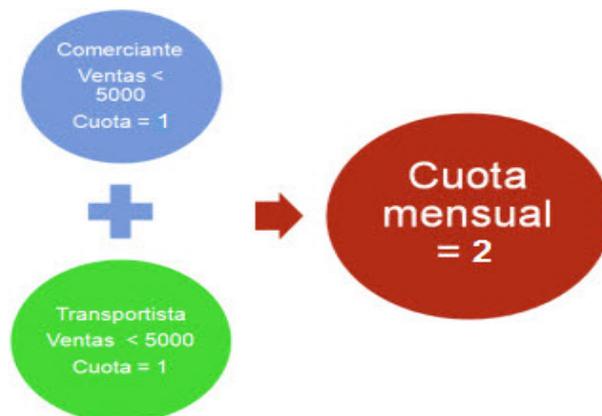
Gráfico 18: cuota mensual RISE 1



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Si el contribuyente tiene dos actividades económicas, la cuota mensual a pagar es:

Gráfico 19: cuota mensual RISE 2



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Comparación de pago de cuotas RISE con Impuestos del Régimen General:

Caso:

- Actividad Económica: Comercio
- Ingresos anuales: 20.000 dólares

En el Régimen General el Contribuyente debería cancelar un promedio mensual del impuesto a la Renta + IVA de 35 dólares.

Al inscribirse en el Régimen Simplificado (RISE) cancelará 11 dólares mensuales de cuota.

La siguiente tabla presenta ejemplos adicionales:

Gráfico 20: ejemplo adicional de RISE

	Régimen General	RISE
Sector Económico	Promedio Mensual del Impuesto a la Renta + IVA	Promedio Mensual en el RISE
COMERCIO	23	14
o a 5000	4	1
5000 a 10000	11	3
10000 a 20000	22	6
20000 a 30000	35	11
30000 a 40000	45	15
40000 a 50000	71	20
50000 a 60000	77	26
AGRICULTURA MINAS	5	4
CONSTRUCCION	10	4
HOTELES Y REST	3	3
INDUSTRIA	5	4
SERVICIOS	14	3
TRANSP COM	7	3
Total general	15	8

* Información de 100 mil declaraciones de personas naturales con ingresos anuales inferiores a US \$ 60 mil.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.8.3.7.3 RE-CATEGORIZACIÓN

El sujeto pasivo deberá recategorizarse en el RUC cuando:

- En el ejercicio de su actividad económica, los ingresos sobrepasen el límite superior de la categoría en la cual se halla ubicado
- Los ingresos anuales al 31 de diciembre de cada año hayan sido inferiores al mínimo de la categoría en la cual se halla ubicado.

En cualquiera de los casos anteriores, el sujeto pasivo deberá:

- Actualizar su RUC inmediatamente,
- Recategorizarse y
- Pagar el valor de la nueva cuota

El contribuyente deberá cumplir con el pago de su nueva cuota desde el **primer día del mes siguiente** de la fecha de recategorización.

Complementariamente, el Servicio de Rentas Internas podrá modificar de oficio la ubicación de los sujetos pasivos del Régimen Simplificado, cuando establezca que:

- a) Sus ingresos brutos acumulados o sus adquisiciones de bienes o servicios, en el ejercicio impositivo anterior, exceden del límite superior de la categoría en la que esté ubicado
- b) El valor de depósitos o inversiones, de las adquisiciones de mercaderías o insumos para la comercialización o producción de bienes o servicios, de bienes muebles o inmuebles haga presumir que el nivel de ingresos del contribuyente no corresponde con el de la categoría en la que se encuentra ubicado.
- c) La actividad económica ejercida por el contribuyente sea diferente de la actividad declarada en el Registro Único de Contribuyentes.

En caso de que la Administración rechace la justificación del contribuyente, expedirá una resolución administrativa; a través de la cual:

- Actualizará de oficio la categoría del contribuyente en el RUC;
- Emitirá el correspondiente título de crédito por los períodos en los cuales incumplió con la recategorización, y
- Aplicará la sanción correspondiente.

El contribuyente recategorizado deberá:

- Pagar las cuotas correspondientes a la categoría anterior hasta el mes en el que sea notificado con la resolución administrativa; y
- Desde el primer día del mes siguiente al de su notificación, cumplir con el pago del título de crédito emitido por el SRI y la nueva cuota

1.1.8.3.7.4 EXCLUSIÓN

Los contribuyentes podrán ser excluidos del Régimen Simplificado cuando:

- 1) Sus ingresos brutos, acumulados en el ejercicio impositivo anterior, superen los sesenta mil dólares
- 2) Sus adquisiciones durante el ejercicio impositivo anterior exceda de sesenta mil dólares. Lo dispuesto en el presente numeral no será aplicable a los contribuyentes que inician actividades, durante el primer año de operaciones
- 3) Desarrollen alguna de las actividades económicas por las que no puedan acogerse al Régimen Simplificado
- 4) Se encuentren en mora de pago de seis o más cuotas
- 5) Por muerte o inactividad del contribuyente.

El contribuyente que sea excluido deberá pagar la cuota del Régimen Simplificado del mes en el cual se le excluye; y, desde el primer día del mes siguiente, cumplir con sus obligaciones tributarias y deberes formales generales.

Los contribuyentes que hayan sido excluidos del Régimen Simplificado, no podrán reincorporarse al mismo hasta haber transcurrido veinticuatro meses desde la fecha

de notificación de la última exclusión.

La Administración Tributaria también podrá excluir al contribuyente de éste régimen, de oficio, cuando constate que no cumple con los requisitos establecidos: para ello, notificará al contribuyente su exclusión, actualizará la información de éste en el RUC y aplicará la sanción correspondiente.

A partir de la fecha de notificación, el contribuyente tendrá un plazo de veinte días para presentar una impugnación, conforme lo establecido en el Código Tributario. Las impugnaciones que los contribuyentes realicen, en ejercicio de sus derechos, no tendrán efectos suspensivos respecto de la exclusión en el Régimen Simplificado.

Toda recategorización o exclusión efectuada por parte del Servicio de Rentas Internas debe ser notificada al contribuyente; y las impugnaciones que los contribuyentes inscritos realicen, en ejercicio de sus derechos, no tendrán efecto suspensivo.

1.1.8.3.7.5 OBLIGACIONES

Los contribuyentes incorporados en el Régimen Simplificado, están obligados a:

- Actualizar, en el RUC, la información de su actividad económica y categoría de ingresos.
- Emitir comprobantes de venta por sus transacciones,
- Pagar la cuota mensual
- Presentar la información que le solicite la Administración Tributaria.

Los contribuyentes incorporados en el Régimen Simplificado no se encuentran obligados a llevar contabilidad. No obstante, deberán llevar un registro de ingresos y egresos mensuales por cada actividad económica que desarrollen.

Los contribuyentes incorporados en el Régimen Simplificado estarán sujetos al pago del Impuesto sobre las Herencias, Legados y Donaciones.

Los contribuyentes acogidos al Régimen Simplificado no tendrán la obligación de presentar:

- Declaraciones del Impuesto al Valor Agregado,
- Declaraciones del Impuesto a la Renta,
- No deberá pagar el anticipo del Impuesto a la Renta.

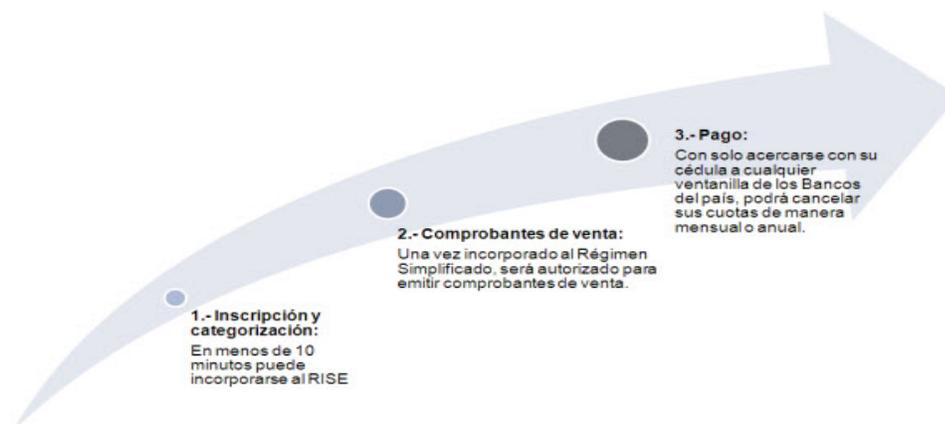
Los contribuyentes incorporados al Régimen Simplificado no son sujetos de retención en la fuente del IVA o del Impuesto a la Renta en:

- Sus transacciones inherentes a sus actividades empresariales, trabajos autónomos, explotación de predios agrícolas;
- Los pagos o acreditaciones que les efectúan las empresas emisoras de tarjetas de crédito como establecimientos afiliados,
- Convenios de recaudación a través de las Instituciones del Sistema Financiero.

Los contribuyentes incorporados al Régimen Simplificado únicamente serán sujetos a la retención en la fuente del Impuesto a la Renta por concepto de rendimientos financieros y premios de rifas, loterías y apuestas. Estas retenciones constituyen el impuesto único generado por estas operaciones; por lo tanto, no deben ser declarados por los contribuyentes adheridos al Régimen Simplificado.

Los contribuyentes incorporados al Régimen Simplificado únicamente serán agentes de retención en la fuente del Impuesto a la Renta por concepto de pagos efectuados al exterior.

Gráfico 21: Proceso de RISE



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.1.8.3.7.6 EJECUCIÓN OPERATIVA

Con la creación del RISE, el SRI elaboró un plan para atender la potencial demanda de contribuyentes que podrían acogerse a este Régimen.

La implantación del RISE está orientada al cumplimiento de los grandes objetivos gubernamentales e institucionales entre los que podemos mencionar: la formalización de la economía mediante el registro de las transacciones de bienes y servicios, el incremento de la base global de contribuyentes, la incorporación de sectores informales, la obtención de nueva información que permita evaluar el comportamiento económico del sector o la orientación de políticas de gobierno hacia este sector de reciente formalización.

De acuerdo a la encuesta de condiciones de vida, realizada por el INEC entre los años 2005 y 2006, el total de negocios informales, es decir, que no cuentan con una inscripción en el RUC, fue cercano a 1,52 millones; las tres cuartas partes de esta masa informal se encuentran concentradas en las provincias correspondientes a la Regional Litoral, Norte y Manabí.

A nivel país, de conformidad con las bases de datos del SRI, se estimó que 102 mil contribuyentes ya inscritos en el RUC, tienen los requisitos para solicitar el cambio de Régimen, obteniendo el mayor número posible de cambios en las Regionales Norte, Litoral y Centro 1. De acuerdo a estas cifras, la demanda potencial que podría inscribirse en el RISE, se aproxima a 1,62 millones.

Por tanto, como meta se planteó la captación de 400.000 nuevos contribuyentes en los primeros seis meses de operación del Régimen, es decir, se proyectaba integrar una cifra cercana al 25% del total de la demanda potencial inferida. Para ello, fue necesario identificar ciertos procesos, cuya implantación podría asistir al mejoramiento de los tiempos de atención y, por ende, a la optimización de recursos destinados para la ejecución del proyecto.

Estos procesos se encaminaron a la implementación del RUC en línea, por medio de la preinscripción por Internet. El objetivo de este proceso fue disminuir la afluencia de contribuyentes a las salas de servicio, sin embargo, al ampliarlo a todas las personas naturales es posible disminuir los tiempos de atención de los procesos RUC.

1.1.8.3.7.7 BENEFICIOS

- No tienen que presentar formularios de impuestos, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos.
- No tienen la obligación de llevar contabilidad
- Están exentos de retenciones
- Deducción de cuotas por nuevos trabajadores
- Facturación simplificada

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

1.2.1 ASPECTOS ECONÓMICOS

1.2.1.1 PIB

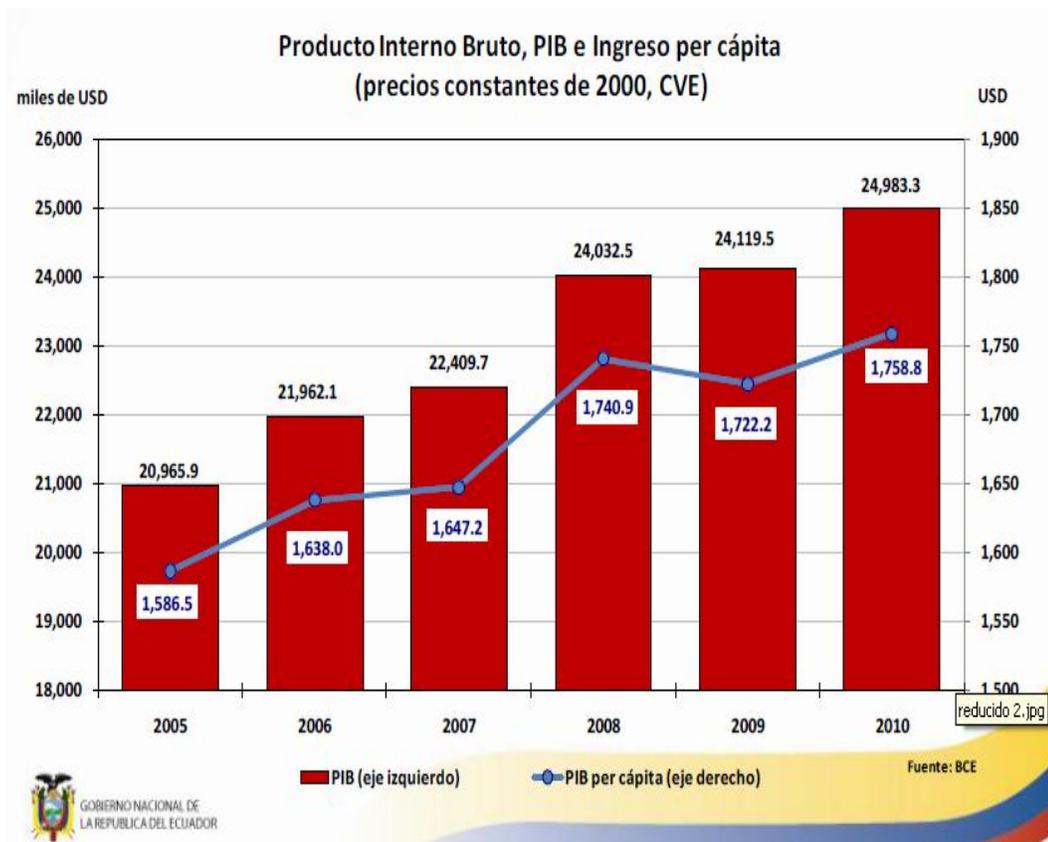
El **producto interno bruto** o (**PIB**), conocido también como **producto interior bruto** —término empleado en España— o **producto bruto interno (PBI)**, es la principal macro magnitud existente que mide el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período de tiempo (normalmente un año).

El PIB es usado como una medida del bienestar material de una sociedad. Su cálculo se encuadra dentro de la contabilidad nacional. Para estimarlo, se emplean varios métodos complementarios; tras el pertinente ajuste de los resultados obtenidos en los mismos, al menos parcialmente resulta incluida en su cálculo la economía sumergida, que se compone de la actividad económica ilegal y de la llamada economía informal o irregular (actividad económica intrínsecamente lícita aunque oculta para evitar el control administrativo).

Fuente: (wikipedia, 2011)

En el año 2010, el **PIB per cápita** se incrementó en 2.12% (al pasar de USD 1,722.2 en 2009 a USD 1,758.8 en 2010), resultado de la recuperación de la crisis económica mundial del año 2009. El crecimiento del PIB en el 2010 fue de 3.58%.

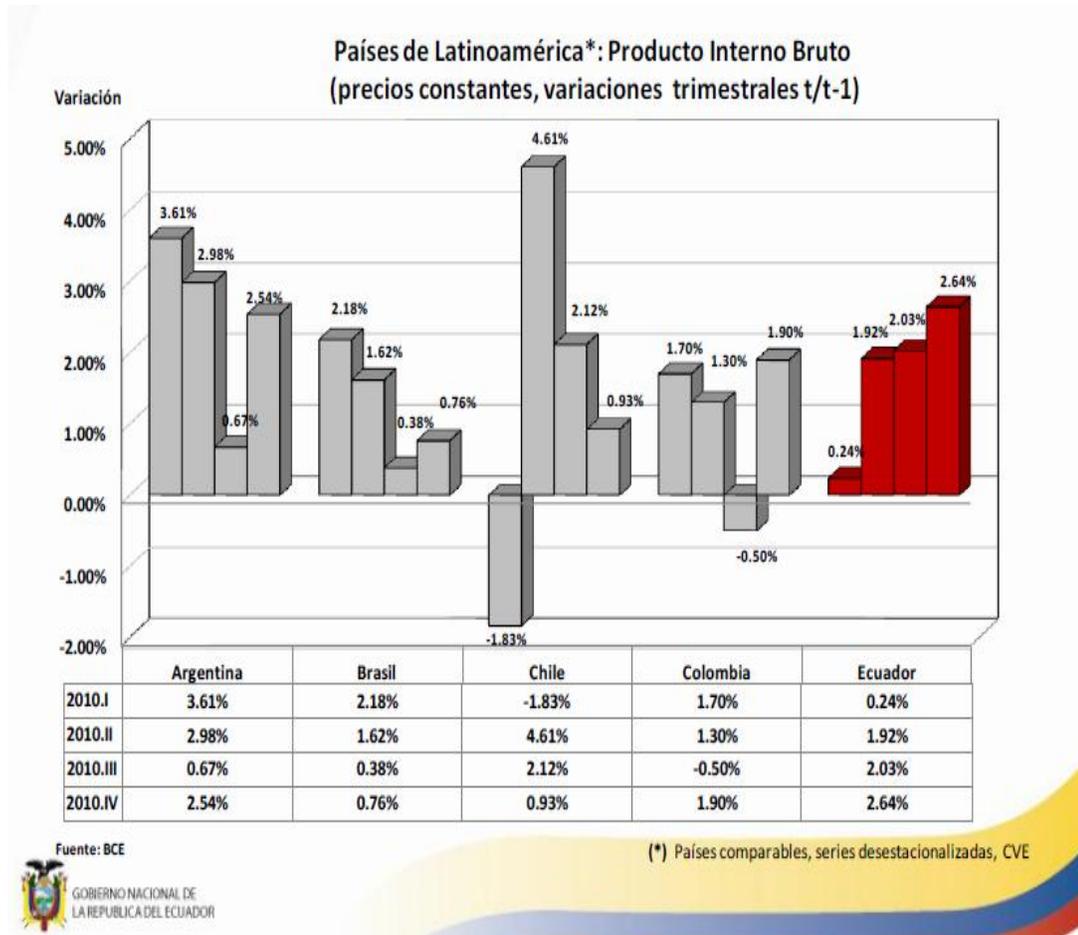
Gráfico 22: Producto Inter Bruto



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

En el cuarto trimestre de 2010, el Ecuador registró un crecimiento trimestral del PIB de 2.64%, uno de los mejores resultados entre las principales economías latinoamericanas comparables*.

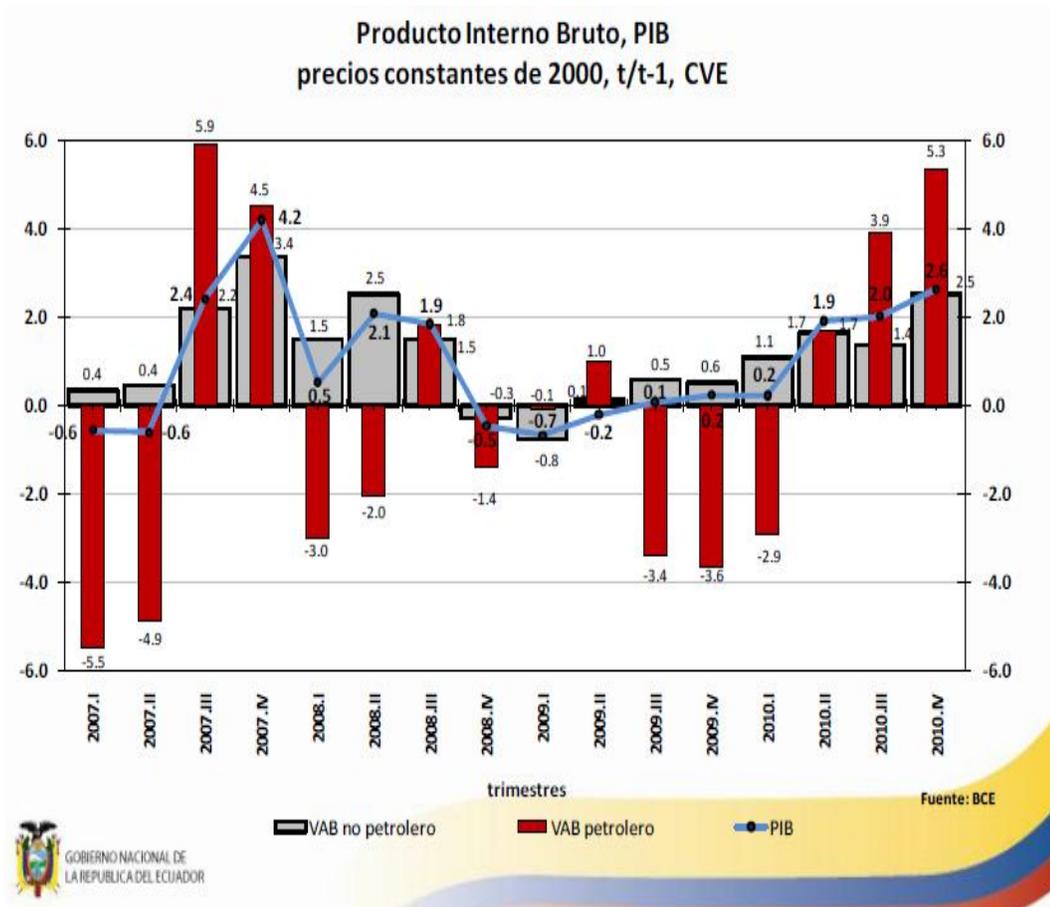
Gráfico 23: PIB Países Latinoamericanos



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

Durante todo el año 2010, se mantiene la tendencia positiva de crecimiento trimestral del PIB que llegó en términos anuales (t/t-4) a 6.98% en el IV Trim. 2010.

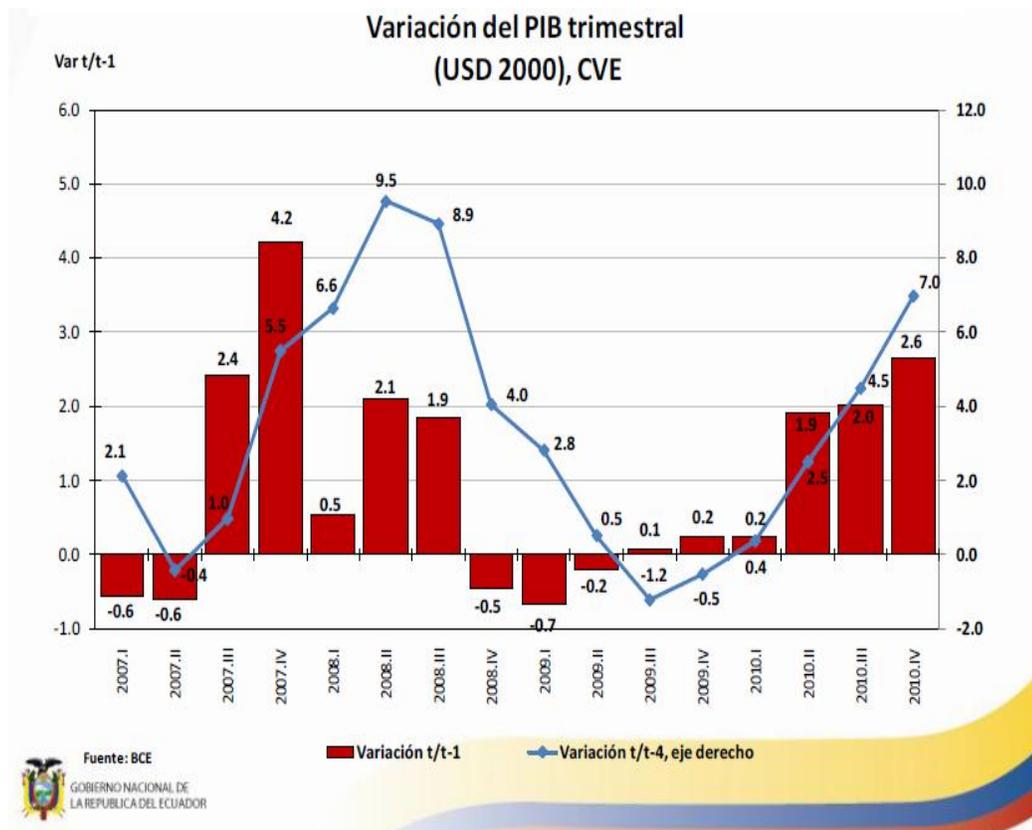
Gráfico 24: PIB (t/t-1)



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

En el año 2010, el mejor desempeño de las Empresas Públicas y la implementación de contratos de prestación de servicios con las empresas privadas, permitieron revertir la tendencia trimestral de decrecimiento del Valor Agregado de la industria **petrolera**. De su lado, en el mismo período, las actividades económicas **no petroleras** fortalecieron su dinamismo económico.

Gráfico 25: Variación del PIB



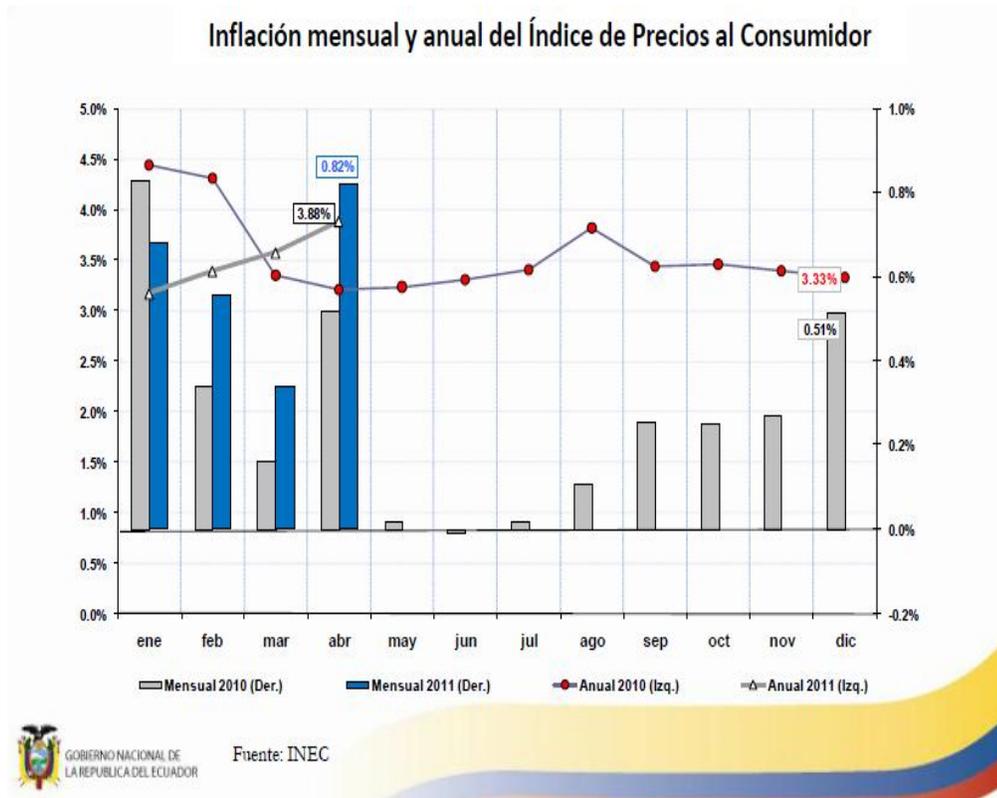
Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

1.2.1.2 INFLACIÓN

La inflación es el aumento general y continuado en el tiempo de los precios. Las causas que la provocan son variadas, aunque destacan el crecimiento del dinero en circulación, que favorece una mayor demanda, o del coste de los factores de la producción (materias prima, energía, salario, etc).

Fuente: (wikipedia, 2011)

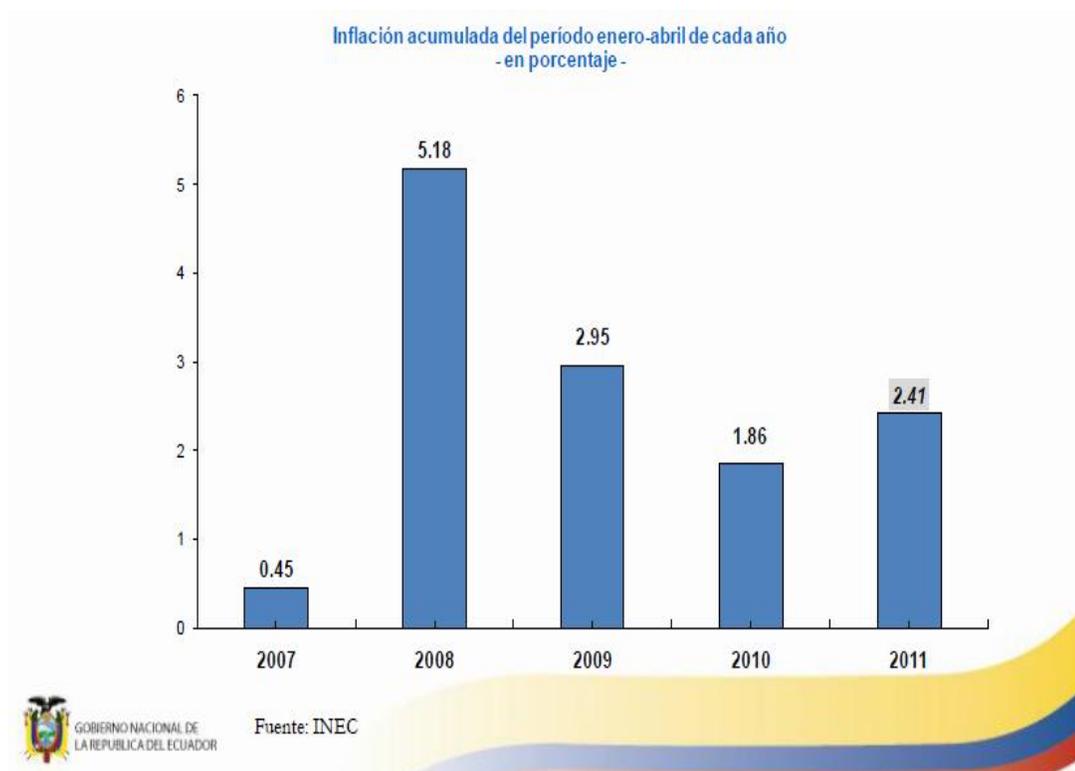
Grafico 26: Inflación mensual y anual



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

La **inflación mensual** de **abril 2011** se ubicó en **0.82%**, mostrando aceleración respecto de los tres meses anteriores y con indicativos de estacionalidad en dicho mes, ya que los precios al consumidor de igual mes del año anterior, aumentaron en **0.52%**. En **términos anuales**, la inflación continúa aumentando, al situarse en el **3.88%**.

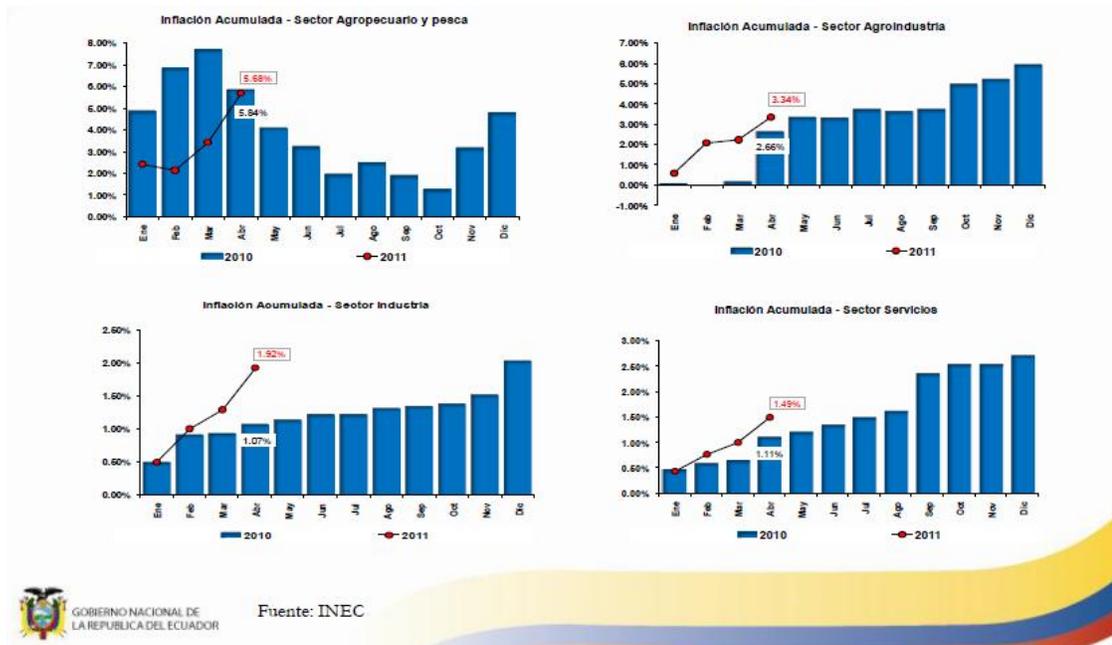
Gráfico 27: Inflación Acumulada



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

La **inflación acumulada** del **período enero-abril 2011** fue de **2.41%**, porcentaje superior al registrado en igual mes del 2010. Durante el período acumulado de 2011, la mayor inflación acumulada se registró en las divisiones de consumo de **Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (4.24%)** y **Prendas de Vestir y Calzado (3.39%)**.

Gráfico 28: Inflación Acumulada Ene-Feb. 2011



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

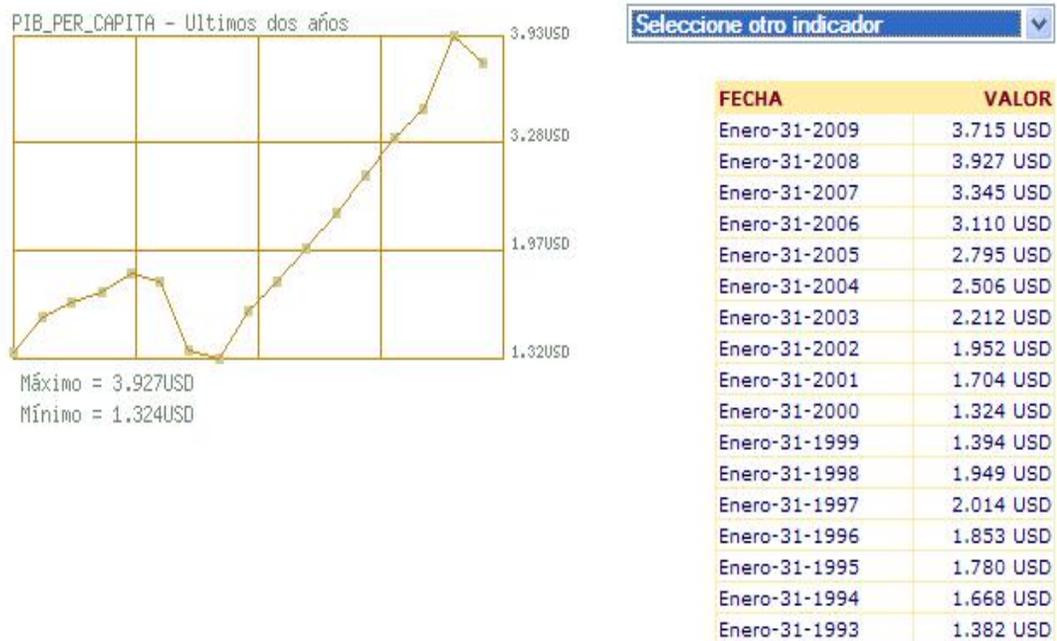
La inflación acumulada del periodo enero-abril 2011 de los cuatro sectores analizados se ubicó por sobre los porcentajes alcanzados en igual período de 2010, siendo la inflación acumulada del sector *Agropecuario y pesca* la de mayor porcentaje (5.68%).

1.2.1.3 PIB PER CÁPITA

La **renta per cápita**, **PIB per cápita** o **ingreso per cápita**, es la relación que hay entre el PIB (producto interno bruto) , y la cantidad de habitantes de un país. Para conseguirlo, hay que dividir el PIB de un país entre la población de éste.

Fuente: (wikipedia w. c., 2011)

Gráfico 29: PIB Per cápita



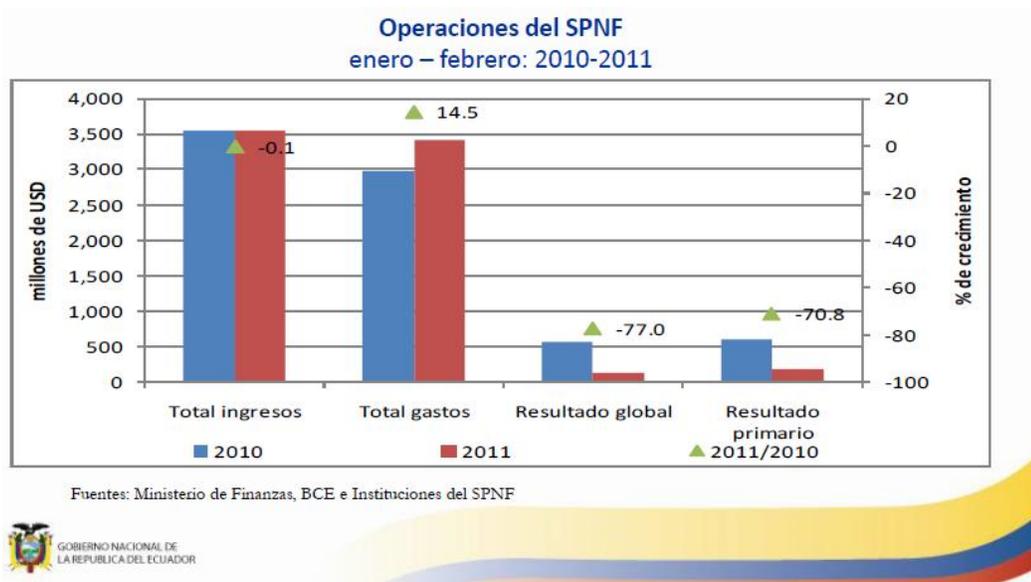
Fuente: (wikipedia w. c., 2011)

1.2.1.4 EVOLUCIÓN DEL SECTOR FISCAL

En el período enero-febrero 2011, los ingresos del SPNF son ligeramente menores en 0.1% (USD 2,5 millones) y los gastos crecen en 14.5% (USD 434.2 millones) respecto a similar período de 2010. Por tanto, el resultado global pasa de un superávit de USD 567 millones en 2010 a un menor superávit de USD 130.3 millones en 2011. Por su parte el resultado primario obtenido durante el 2010 fue de USD 610 millones de superávit, mientras que en el 2011 presenta un menor superávit de USD 178 millones.

El Sector Público no Financiero (SPNF) comprende i) Presupuesto General del Estado -PGE-, ii) Empresas Públicas no Financieras (EPNF) y iii) conjunto de instituciones del Resto del SPNF (RSPNF).

Gráfico 30: Operaciones del SPNIF



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

Al comparar el periodo enero-febrero 2011 con similar período 2010, se observa un crecimiento de los ingresos y de los gastos del SPNF; pero, esta última crece más que los ingresos, generando un resultado global y primario superavitario, en menor valor que el año anterior.

Durante el período ene-feb del 2011 el total de ingresos respecto al 2010, presentan una menor recaudación esto se asocia básicamente a:

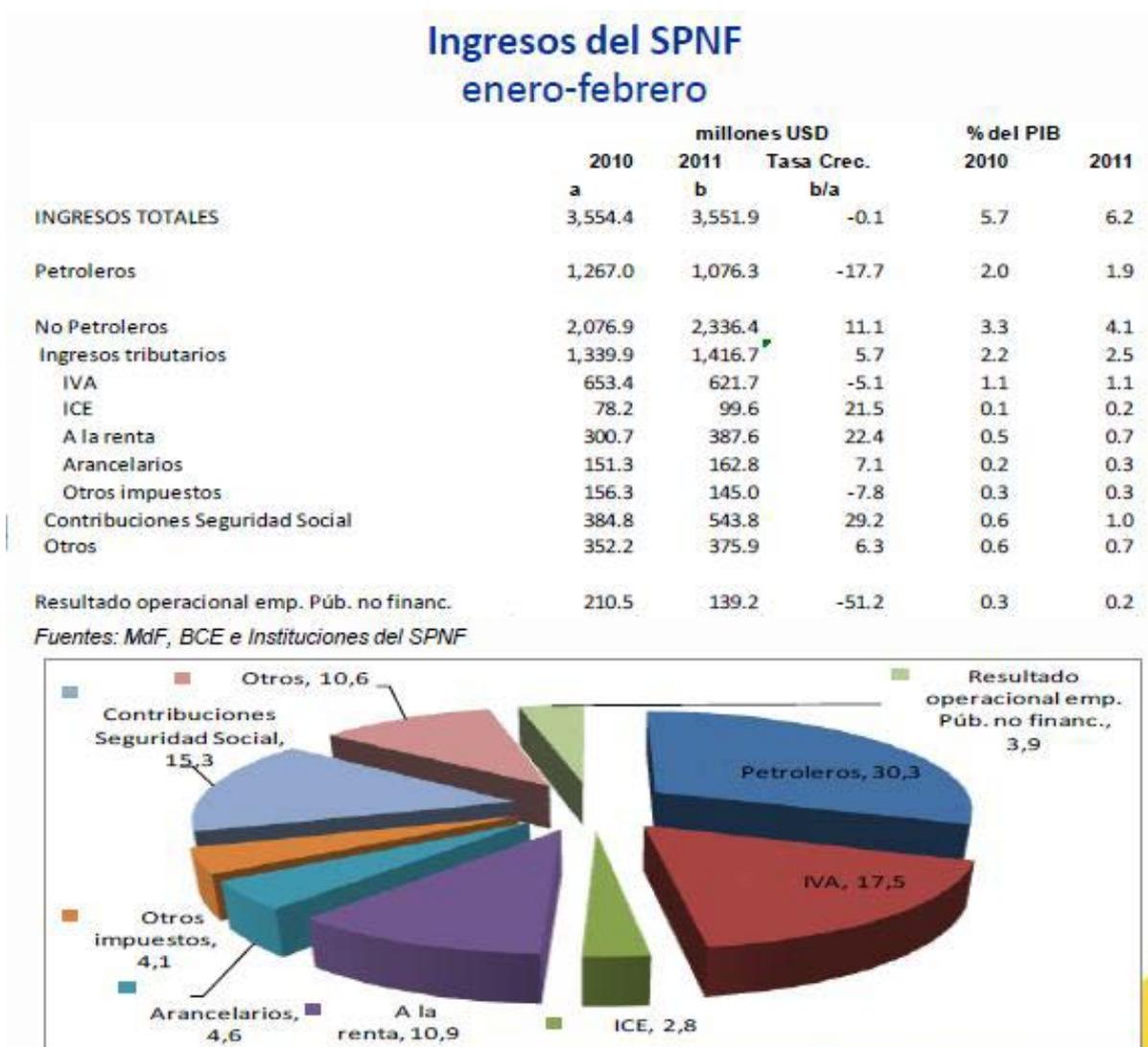
- i) Los ingresos petroleros fueron menores en USD 190.7 millones.
- ii) Los ingresos no petroleros tienen un incremento de 11,1%, frente a los ingresos recaudados en similar período.

Los ingresos tributarios tienen un ligero incremento en su recaudación 5.7%. A pesar de que los ingresos por recaudación de IVA y de otros Impuestos son menores en USD 31,7 y 11.3 millones respectivamente.

En cambio, el pago del impuesto a la renta se incrementa en USD 86.9 millones; el ICE y los Arancelarios de igual manera tienen incrementos.

- iii) La cuenta Contribuciones a la Seguridad Social es la que mayor ingresos presenta en este período (USD 159 millones).
- iv) El resultado operacional de la EPNF, es deficitario en un 51.2% frente al resultado del año anterior.

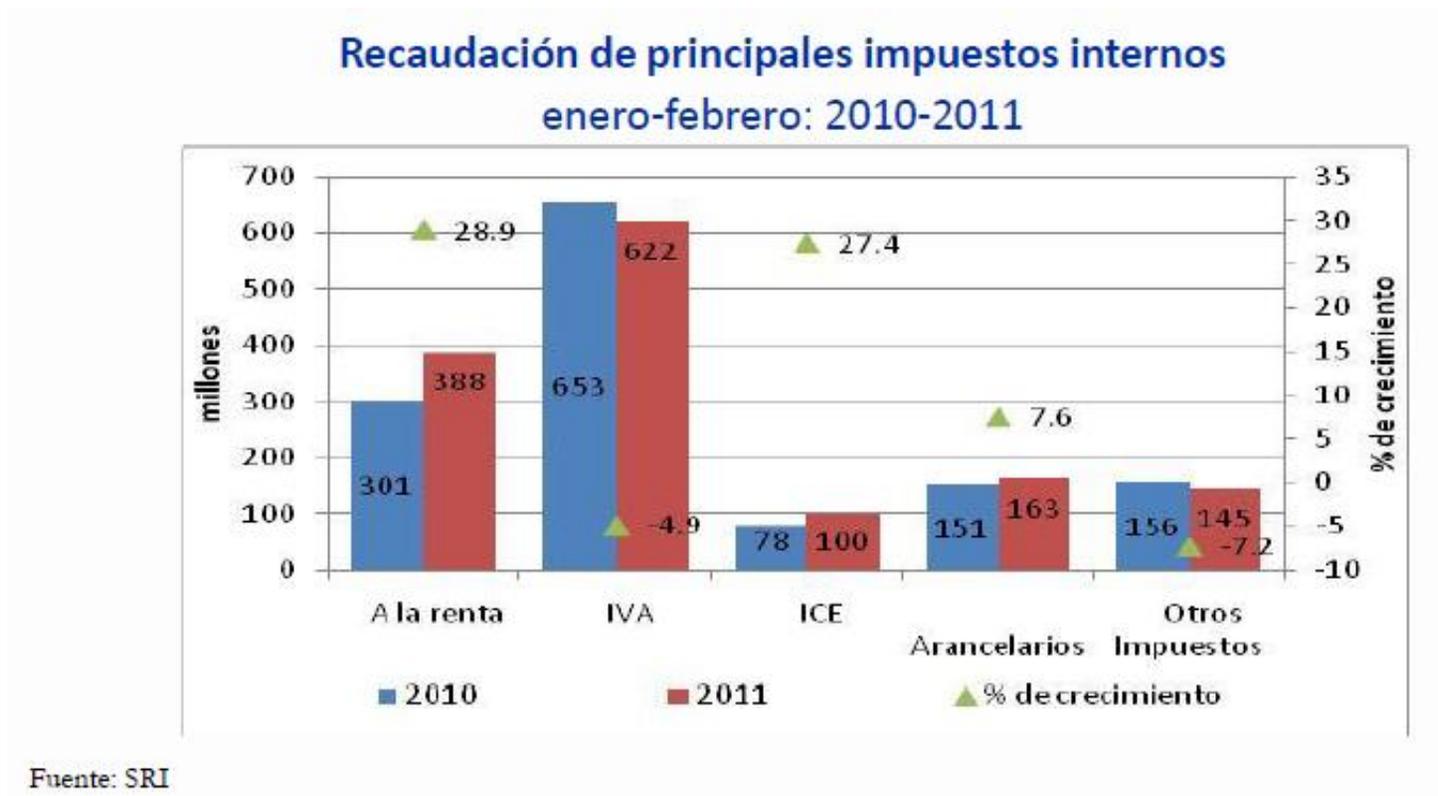
Gráfico 31: Ingreso del SPNIF



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

Por otro lado, la evolución de recaudación de impuestos internos del período de enero-febrero de 2011 son los siguientes:

Gráfico 32: Recaudación de principales impuestos internos



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

En este período se presentan crecimientos importantes en la recaudación de los impuestos más relevantes como: el Impuesto a la Renta, el ICE y los Arancelarios, no así el IVA, que entiende una recaudación menor a la del año anterior.

ICE: este impuesto está concentrado en pocas empresas contribuyentes (43.4% del impuesto interno proviene de cigarrillos y cerveza). También recoge el cambio de algunas tarifas.

- A los vehículos motorizados: hay que considerar el incremento del parque automotor de vehículos nuevos y el cambio de la forma de cobro de este impuesto respecto al último dígito de las placas de los vehículos.
- A la salida de divisas: la mayor recaudación se debe al incremento de la tarifa de 1% a 2%.
- A Ingresos Extraordinarios*

En el período enero-febrero 2011, la recaudación de los principales impuestos internos cumple las metas proporcionales establecidas por el SRI, a excepción del IVA, ICE y de los vehículos motorizados. *Fuente: SRI* * Se creó mediante la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador (RO 3S 242 de 29-12-2007 y se enmarca en la Resolución NAC-DGERCGC10-00036 de febrero 8 de 2010.

(<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro052011.pdf>)

1.2.1.5 HISTÓRICO RECAUDACIÓN RISE

RISE es un régimen que tuvo lugar con la ley de equidad tributaria y entró en vigencia en agosto de 2008. A continuación un histórico al primer trimestre de 2011:

Gráfico 33: Histórico recaudación RISE

	FECHA RECAUDACIÓN			
	2008	2009	2010	2011
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
IMPUESTOS	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO
IMP ACTIVOS EN EL EXTERIOR		30,398,990.50	35,385,180.20	11,262,135.49
IMP MINERAS		5,214,668.41	12,513,116.91	9,526,112.76
IMP TIERRAS RURALES			2,766,438.38	626,291.08
IMP.ING EXTRAORD. RECUR.NO RENO			288,522,902.60	28,046,344.30
IMPUESTO A LA RENTA GLOBAL	2,312,477,841.97	2,478,351,290.38	2,416,747,073.31	1,348,326,728.71
IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES	473,664,593.60	448,130,827.57	530,242,022.15	187,073,367.35
IMPUESTO A LOS VEHICULOS MOTORIZADOS	103,579,653.44	118,096,593.03	149,970,048.60	66,336,391.26
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	3,448,834,816.49	3,418,351,300.61	4,163,101,188.70	1,540,405,708.16
INTERESES TRIBUTARIOS	21,928,561.04	35,864,425.71	39,281,608.43	12,590,012.09
MULTAS TRIBUTARIAS	32,233,580.87	34,920,322.29	38,971,467.20	14,428,851.95
OTROS NO TRIBUTARIOS	4,347,589.35	2,453,861.46	1,820,915.54	636,898.85
REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO	407,300.27	3,666,756.87	5,744,894.92	3,414,288.90
SALIDA DE DIVISAS	30,375,323.52	188,287,256.93	371,314,940.56	150,750,322.75

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Podemos observar un crecimiento continuo del índice de recaudación sin embargo, este podría dar mucho más ingreso fiscal, este tema será extendido en la sección de investigación de mercado.

1.2.1.6 TASA DE INTERÉS

Gráfico 34: Tasas de interés

Tasas de Interés			
MAYO 2011(*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.63	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.28	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.88	Consumo	16.30
Vivienda	10.56	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	23.08	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.50	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.60	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjetahabientes	0.66
Operaciones de Reporto	0.23		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.23
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.91
Plazo 91-120	4.91	Plazo 361 y más	6.58
4. <u>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO</u> (según regulación No. 009-2010)			
5. <u>TASA BÁSICA</u> DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.60	Tasa Legal	8.34
Tasa Activa Referencial	8.34	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.2.2 ASPECTOS NATURALES

RISE posee 7 tipos de actividades económicas que se relacionan directamente con el aspecto natural estas son: comercio, servicios, manufactura, construcción, hotelería y restaurantes, transporte, agrícolas y minas y canteras. Todas tienen un punto en común, la materia prima.

Por lo tanto, al verse afectado por catástrofes naturales de cualquier índole: sequias, inundaciones, terremotos o temblores, olas de calor, etc., afectaría significativamente a la obtención de la materia prima para la elaboración de estos bienes o servicios.

1.2.3 ASPECTOS POLÍTICOS Y LEGALES

El Ecuador ha experimentado cambios radicales a partir del 15 de enero de 2007, desde la baja de sueldo del mismo ejecutivo (hecho nunca antes realizado) hasta la consulta y referéndum que el pasado 7 de mayo en la que los ecuatorianos tuvieron que ejercer su derecho al voto.

Es la presidencia más estable de los últimos años, considerando la cantidad de presidentes que no cumplían su período anteriormente.

Este gobierno ha tenido hechos trascendentales como la aprobación de la nueva constitución, libro magno en el cual se incluyo reformas de carácter penal, social y económico. La misma que fue aprobada por los ecuatorianos. Esta dio paso a nuevas proyecciones para el Ecuador, desarrollo económico, nuevas relaciones internacionales con países fuera de los acostumbrados como Irán y Japón, inversión extranjera, nuevas perspectivas internacionales e inclusive se llega a considerar al país como parte del frente bolivariano, del llamado socialismo del siglo XXI. Es decir, nuestro país es reconocido mundialmente en cualquier tipo de aspecto.

Sin embargo, no todo es color de rosa para el gobierno; hemos tenido conflictos serios como el bombardeo a Angosturas ocasionado por Colombia en un acto por debilitar a las FARC, motivo por el cual las relaciones entre estos dos llegaron a ser muy tensas. Así pasamos al plano nacional en la que el denominado 30-S (llamado así ya que tomó lugar un 30 de septiembre) en la que un levantamiento por parte de la fuerza pública en rechazo a las reformas propuestas por el ejecutivo dio lugar a

un día completo de caos en el país que llevo al pánico y el desorden público, pérdida de bienes e inclusive la muerte de cinco compatriotas.

Hasta ahora podemos notar que el apoyo hacia el gobierno del presidente Rafael Correa va ganando adeptos así como también contrarios a su ideología revolucionaria de tipo alfarista. En los próximos días conoceremos los resultados que arrojó la consulta, lo cual develará cierta tendencia de preferencia en el país.

Según lo dispuesto a en el R.O.No 392, 30 de Julio del 2008 con la aprobación de la ley de equidad tributaria se dio lugar a la creación del régimen impositivo simplificado RISE que entró en vigencia a partir de agosto del mismo año. De ahí, se han venido dando resultados interesantes presentados en la gráfica a continuación:

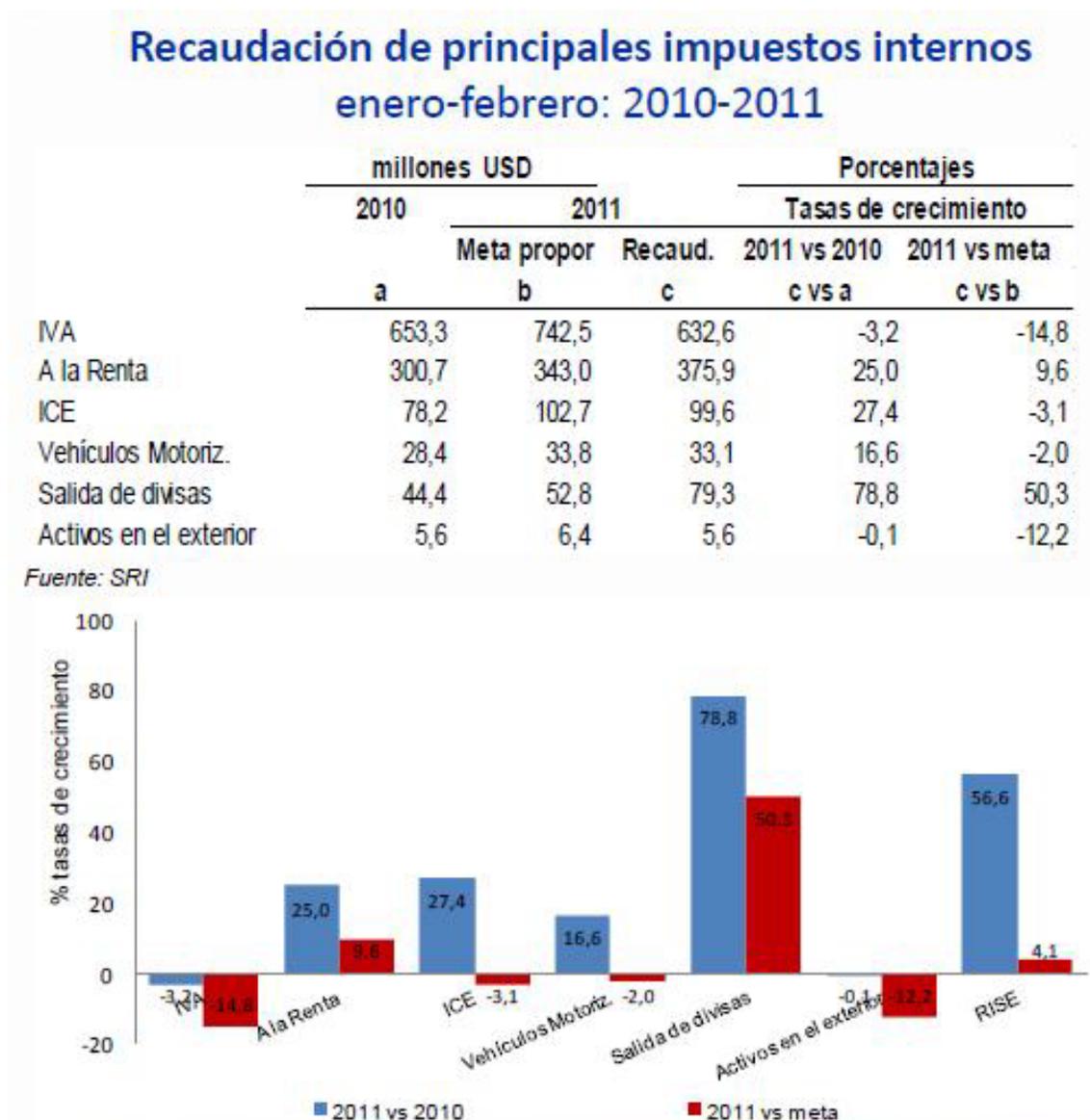
1.2.4 ASPECTOS SOCIO – CULTURALES

El Ecuador no es un país acostumbrado al cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias debido a que en muchos de los casos no ven la razón de pagar sus impuestos por lo que no se ve reflejado el esfuerzo que hacen a través del pago de los mismos con obras de beneficio social (servicios de salud, educación, inequidad laboral, etc.).

Tomando en cuenta en este aspecto se ha visto un cambio generacional en la manera de pensar del contribuyente y de a poco se ve reflejado el aspecto tributario como parte del estilo de vida de los ecuatorianos pero sigue siendo visto como una obligación por parte de una institución agresivamente controladora más no como un acto voluntario y beneficioso por parte de una administración solidaria, transparente, eficaz y eficiente. En muchas ocasiones se contrasta con otros países en los que poseen, inclusive, un sistema tributario con una presión fiscal de hasta el 50% (en el caso de los países europeos), pero esto se debe a la cantidad de beneficios de calidad que estos reciben y los servicios complementarios de los cuales son beneficiarios.

A continuación ciertos indicadores que son los detonantes del particular mencionado anteriormente.

Gráfico 35: Recaudación de principales impuestos internos

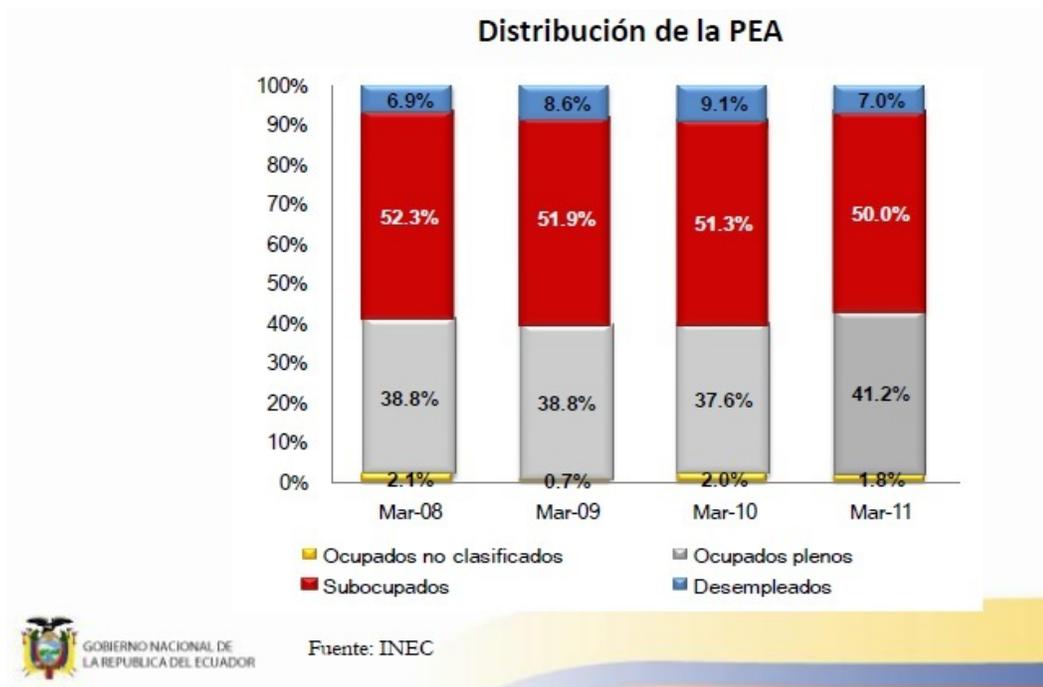


Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

1.2.5 DISTRIBUCIÓN DEL PEA

La estructura del mercado laboral con respecto a la PEA en marzo 2011, no ha sufrido mayores alteraciones, en donde la mayor parte de la PEA se ubicó en los **subocupados (50.0%** del total); la tasa de **ocupación plena** fue la segunda en importancia al situarse en **41.2%**; le sigue la tasa de **desocupación** total (**7.0%**). Estos resultados con respecto al mes de marzo 2010, evidencian que los subocupados y los desempleados disminuyeron en 1.3 y 2.1 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 3.6 puntos porcentuales.

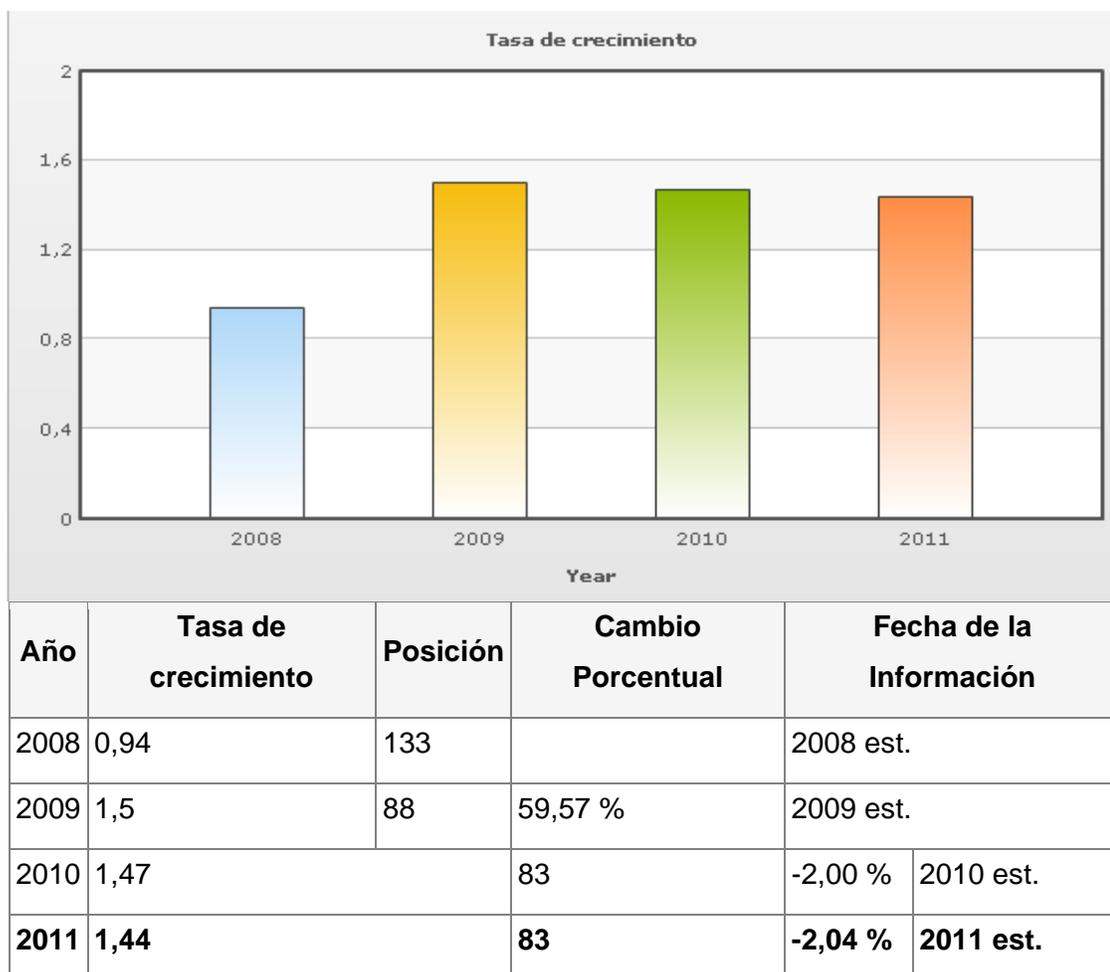
Gráfico 36: Distribución de la PEA



Fuente: (Banco Central de Ecuador, 2011)

1.2.6 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL: 1,443% (2011 est.)

Gráfico 37: Tasas de crecimiento Poblacional



Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

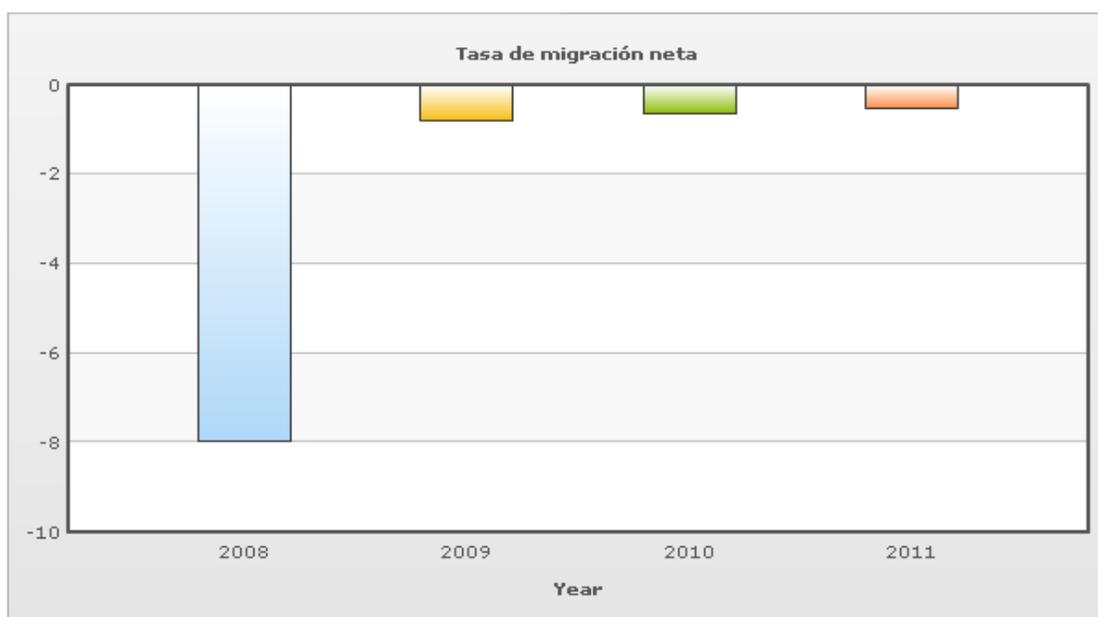
Definición: Promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país. El porcentaje puede ser positivo o negativo. La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo. El

rápido crecimiento demográfico puede ser visto como una amenaza por los países vecinos.

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

Tasa de migración neta: -0,52 migrante(s)/1.000 habitantes (2011 est.)

Gráfico 38: Tasas de migracion



Año	Tasa de migración neta	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2008	-7,98	167		2008 est.
2009	-0,81	119	-89,85 %	2009 est.
2010	-0,66	148	-18,52 %	2010 est.
2011	-0,52	138	-21,21 %	2011 est.

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

Definición: Esta variable incluye la cifra correspondiente a la diferencia entre el número de personas que entran y salen de un país durante el año por cada 1000 habitantes (basada en la población medida a mitad del año). Un exceso de personas

que entran al país se conoce como la inmigración neta (por ejemplo, 3,56 migrantes/1000 habitantes); un exceso de personas que abandonan el país se conoce como la emigración neta (por ejemplo, -9,26 migrantes/1000 habitantes). La tasa neta de migración indica la contribución de la migración al nivel total de cambios demográficos. Altos niveles de migración pueden causar problemas tales como el aumento del desempleo y posibles conflictos étnicos (si las personas están llegando a un país) o una reducción en la fuerza laboral, quizás en sectores clave (si las personas dejan un país).

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

1.2.7 ASPECTOS TECNOLÓGICOS

Nuestro país es uno con los índices más altos de analfabetismo en el mundo, esto se debe a la falta de inversión en educación que se ha realizado en los últimos años (considerando los esfuerzos del gobierno central actual que no cubre la demanda existente). Por lo tanto la implementación de mecanismos modernos, como la de las declaraciones por internet, en mucho de los casos se ha visto como un obstáculo para el contribuyente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El uso del internet para trámites y presentación de deberes formales constituye efectivamente una herramienta moderna y práctica para poder solucionar estos problemas, sin embargo al tener como antecedente la gran cantidad de personas que no saben siquiera usar una computadora presenta una complicación latente del cual se deben tomar medidas ágiles para cumplir con la naturaleza de la creación de estas alternativas, el disminuir los costos adyacentes para el usuario.

A continuación algunas índices que sustentan lo antes mencionado:

Tasa de alfabetización: definición: a partir de los 15 años la población sabe leer y escribir.

Población total: 91%

hombres: 92,3%

Mujeres: 89,7% (2001 census)

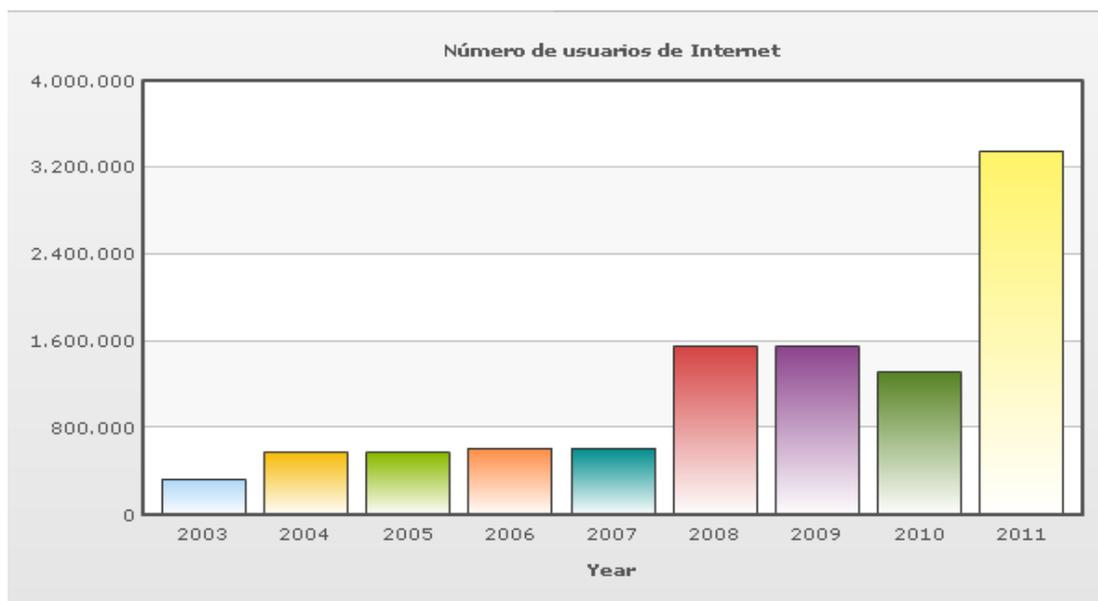
Posición: 115

Definición: Esta variable incluye una definición de la alfabetización y porcentajes de la Oficina del Censo para el *total de la población, varones, y mujeres*. No hay definiciones universales y normas de la alfabetización. Salvo indicación contraria, todas las tasas se basan en la definición más común - la capacidad de leer y escribir a una edad determinada. Detallar las normas que los distintos países utilizan para evaluar la capacidad de leer y escribir está fuera del alcance de este sitio. Información sobre la alfabetización, si bien no una medida perfecta de los resultados educativos, es probablemente la medida de más fácil acceso y validez para las comparaciones internacionales. Bajos niveles de alfabetización y de educación en general pueden impedir el desarrollo económico de un país, especialmente en un mundo que cambia rápidamente impulsado por la tecnología.

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

Número de usuarios de Internet: 3,2 millones (2009)´

Gráfico 39: Numero de usuarios de Internet



ño	Número de usuarios de Internet	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2003	328.000	68		2002
2004	569.700	68	73,69 %	2003
2005	569.700	68	0,00 %	2003
2006	616.000	84	8,13 %	2005
2007	616.000	85	0,00 %	2005
2008	1.549.000	67	151,46 %	2006
2009	1.549.000	68	0,00 %	2006
2010	1.310.000	80	-15,43 %	2008
2011	3.352.000	64	155,88 %	2009

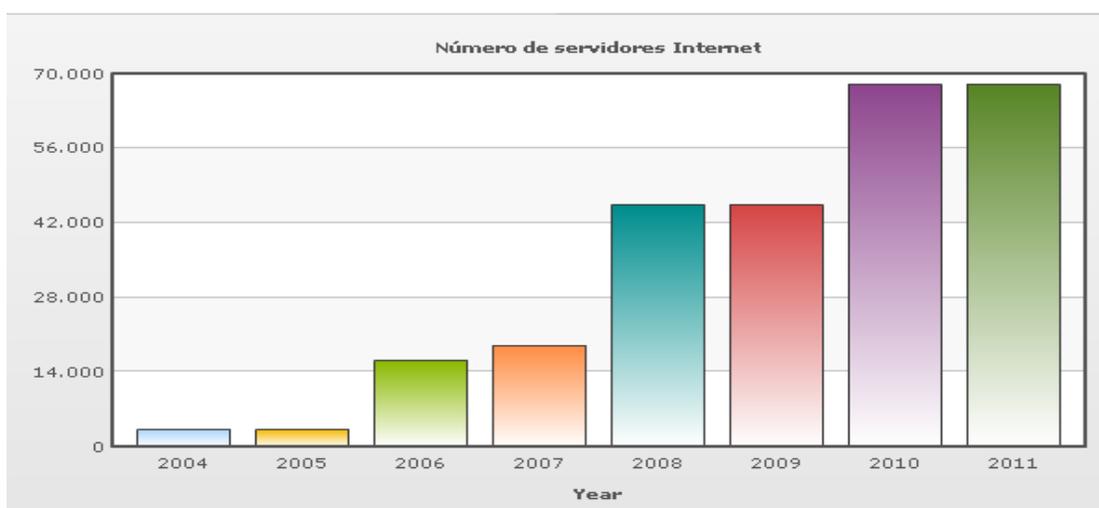
Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

Definición: Esta variable da el número de usuarios dentro de un país que accede a Internet. Las estadísticas varían de un país a otro y pueden incluir los usuarios que acceden a Internet por lo menos varias veces a la semana, y/o los que acceden a ella al menos una vez dentro de un período de varios meses.

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

Número de servidores Internet: 67,975 (2010)

Gráfico 40: Numero de servidores de Internet



Año	Número de servidores Internet	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2004	3.188	99		2003
2005	3.188	99	0,00 %	2003
2006	16.217	69	408,69 %	2005
2007	19.027	71	17,33 %	2006
2008	45.404	77	138,63 %	2008
2009	45.404	77	0,00 %	2008
2010	67.975	83	49,71 %	2010
2011	67.975	82	0,00 %	2010

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

Definición: Esta entrada incluye el número de servidores de Internet disponible dentro de un país. Un servidor de Internet es un ordenador conectado directamente a Internet, normalmente un ordenador de un proveedor de servicios de Internet (ISP) es considerado un ordenador anfitrión. Los usuarios de Internet podrán utilizar ya sea una terminal conectada directamente a una institución con una computadora central conectada directamente a Internet, o pueden conectarse remotamente a través de un módem por línea telefónica, cable, o satélite al servidor del proveedor de servicios de Internet. El número de servidores es un indicador del grado de conectividad a Internet.

Fuente: (CIA World Factbook, 2011)

1.3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO SITUACIONAL

1.3.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Gráfico 41: Participación de Mercado

	FECHA RECAUDACIÓN			
	2008	2009	2010	2011
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
IMPUESTOS	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO
TODOS	6,427,849,260.55	6,763,736,293.76	8,056,381,817.5	3,373,423,453.65
IMP ACTIVOS EN EL EXTERIOR		30,398,990.5	35,385,180.2	11,262,135.49
IMP MINERAS		5,214,668.41	12,513,116.91	9,526,112.76
IMP TIERRAS RURALES			2,766,438.38	626,291.08
IMP.ING EXTRAORD. RECUR.NO RENO			288,522,902.6	28,046,344.3
IMPUESTO A LA RENTA GLOBAL	2,312,477,841.97	2,478,351,290.38	2,416,747,073.31	1,348,326,728.71
IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES	473,664,593.6	448,130,827.57	530,242,022.15	187,073,367.35
IMPUESTO A LOS VEHICULOS MOTORIZADOS	103,579,653.44	118,096,593.03	149,970,048.6	66,336,391.26
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	3,448,834,816.49	3,418,351,300.61	4,163,101,188.7	1,540,405,708.16
INTERESES TRIBUTARIOS	21,928,561.04	35,864,425.71	39,281,608.43	12,590,012.09
MULTAS TRIBUTARIAS	32,233,580.87	34,920,322.29	38,971,467.2	14,428,851.95
OTROS NO TRIBUTARIOS	4,347,589.35	2,453,861.46	1,820,915.54	636,898.85
REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO	407,300.27	3,666,756.87	5,744,894.92	3,414,288.9
SALIDA DE DIVISAS	30,375,323.52	188,287,256.93	371,314,940.56	150,750,322.75

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Gráfico 42: Participación de los principales impuestos

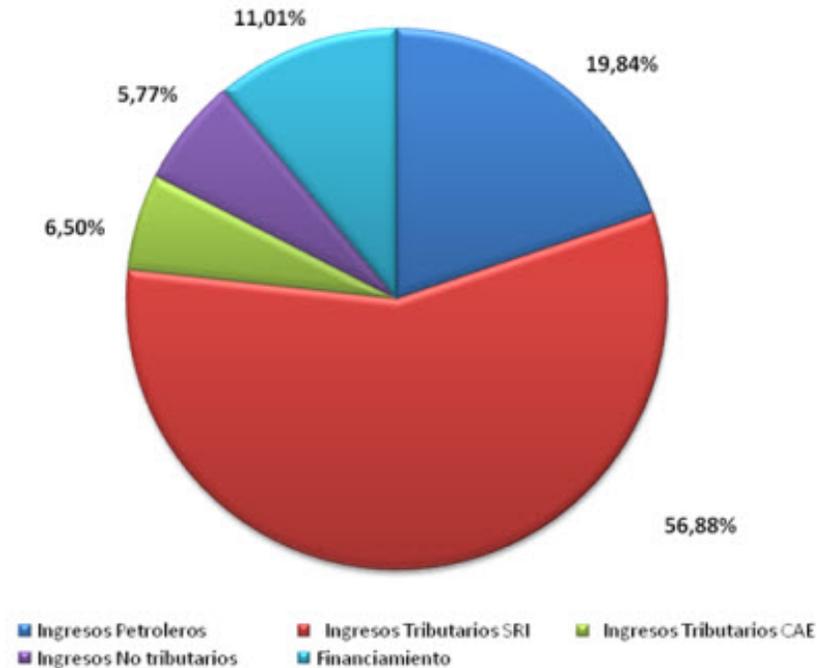


Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Como podemos observar para Enero 2011, en el resumen del año 2010 debido a su evolución gradual nada despreciable, podemos ver que aun así este no llega a los niveles de recaudación habituales que tienen tanto impuestos tradicionales como el IVA e Impuesto a la Renta. A esto se debe que su creación fue en agosto de 2008 y en los casi 2 años y medio que tiene el régimen ha tenido una aceptación gradual aunque este podría ser mayor, debido a que desde su implementación no se ha realizado mayor campana comunicacional ni para este régimen ni para el tradicional. Recordemos que dentro del presupuesto general del estado los ingresos tributarios corresponden al segundo rubro más importante para la solventación de proyectos del estado, entre ellos se encuentra este nuevo régimen, a continuación un grafico representativo:

Gráfico 43: Participación total en el PGE 2009

Participaciones en el Total de los Ingresos en el PGE 2009

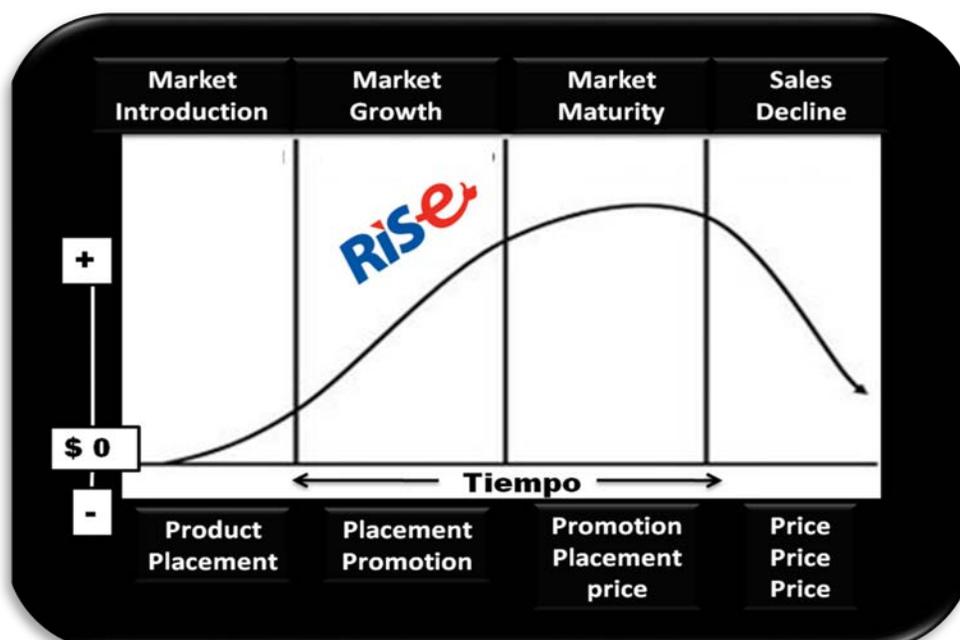


Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

1.3.2. CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

Debido a que su lanzamiento fue en agosto de 2008 y lleva ya casi 2 años en el mercado nuestro servicio se encuentra actualmente en una etapa de crecimiento, como lo podemos especificar en la grafica a continuación:

Gráfico 44: Ciclo de vida



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas)

El hecho que se encuentre en esta etapa indica mayores esfuerzos comunicacionales para aumentar el nivel de participación en el mercado, es por eso que los esfuerzos promocionales y de ubicación (para la obtención de los registros) deben ser la prioridad para la administración tributaria.

Ahora, es indispensable que el servicio de rentas internas apunte al incremento del catastro de contribuyentes ya que así se logra aparte del incremento en la recaudación, que el contribuyente se sienta informado, respaldado y capacitado por la labor que realiza el SRI a través de cada una de sus agencias.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. ANTECEDENTE

El Servicio de Rentas Internas al ser una institución pública, sin fines de lucro, no compete con otras instituciones ya que no corresponde a la naturaleza de su creación. Sabemos que existe otro agente recaudador de impuestos como la CAE. El país recibe ingresos por la paga de impuestos de entes internos (SRI) y externos (CAE) que justamente en competencia sana determinan quien ha contribuido más con la riqueza del país. Actualmente la ejecución del proyecto del SRI el RISE tiene un costo elevado para el sujeto activo, por cuestiones de diseño, de información, de notificación, de control, etc., e inclusive el nivel de recaudación no es satisfactorio.

Definiendo de esta manera el régimen de incorporación voluntaria RISE del SRI no consta con un competidor directo, ya que es el único servicio que recauda impuestos con el remplazo del pago del IVA y del impuesto a la renta, a través de cuotas mensuales a personas naturales de pequeños y medianos negocios con ingresos anuales menores a \$60.000, de esta manera el SRI intenta mejorar la cultura tributaria llegando a personas que no cuentan con un registro tributario y a su vez se verían obligados a pagar sus impuestos.

El SRI y su afán por el fomentar una cultura tributaria en el país crean una alternativa con la finalidad de incrementar el catastro de contribuyentes y su recaudación en un sector poco acostumbrado a la aportación de impuestos para el estado. Un porcentaje considerable de la población tiene interés en pagar sus impuestos; sin embargo, el procedimiento para cumplir con sus obligaciones les resulta complicado.

El inconveniente se da en que en nuestro medio el pagar impuestos no es costumbre y en muchos de los casos las personas que cancelan no ven reflejado sus aportaciones en obras o en los servicios que reciben. Definiendo como hipótesis la falta de inversión en comunicación y publicidad, que en estos últimos años se ha

visto incrementada por parte del gobierno de turno, más no en esta entidad que únicamente tiene presencia con el producto de la LOTERIA TRIBUTARIA.

2.1.1. PROBLEMÁTICA

No existe una cultura tributaria por lo que no se ve retribuido la paga de impuesto en beneficios y obras sociales

2.1.2. HIPÓTESIS

- Falta de comunicación por parte del sector publico en esta entidad.
- No existe interés en fidelizar del cliente (marketing relacional) entre administración tributaria y contribuyente.

2.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

2.2.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer la percepción del RISE desde su inicio hasta la actualidad.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer los detonantes y decisores del registro del RISE.
- Identificar el nivel de uso del RISE.
- Determinar la identidad de la marca según la percepción del contribuyente.
- Determinar atributos ideales del servicio en base a las necesidades del mercado.
- Medir el grado de conocimiento, recordación y aceptación por parte del contribuyente.
- Determinar medio de comunicación más utilizada según categoría RISE.

2.3. METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1. METODOLOGÍA GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO

Área geográfica de estudio: Guayas – Ecuador; región costa

Tipo de investigación: Cuantitativa

Enfoque a elegir descriptivo, ya que este enfoque busca los problemas de marketing, situaciones o mercados, tales como el potencial de mercado de un producto – servicio o los parámetros demográficos y actitudes de los contribuyentes RISE.

2.3.2. METODOLOGÍA ESPECÍFICA DE ESTUDIO DE MERCADO

2.3.2.1. TIPO CUANTITATIVA – MUESTREO, ENCUESTAS.

Área Geográfica: Provincia del Guayas, distribuido proporcionalmente en zonas geográficas determinadas en Guayaquil, Duran y Milagro, cantones considerados ya que son representativos al 70% de la población de la provincia.

Unidades primarias de Muestreo: persona natural con estilo de vida indiferente

Target de aplicación: Adultos mayores 18 años en adelante de sexo indiferente de nivel socioeconómico bajo, medio bajo y medio típico.

Tipo de muestra: Aleatoria Simple.

Formula Infinita:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \qquad n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2} = 384$$

e: Error maestro deseado, diferencia que puede haber entre el resultado que se obtiene encuestando a una muestra de la población y el que se obtendría si se encuestara al total de ella.

p / q: proporción de individuos de la población que poseen la característica del estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

n: tamaño de la muestra (número de encuestas a realizar).

Z: determina el nivel de confianza

Aleatorio Simple, Muestra – 384

2.3.2.2. TIPO CUALITATIVA – GRUPO FOCAL

Área geográfica: Guayas (Guayaquil, Duran y Milagro)

Target de aplicación: persona que cumplan con el perfil según categoría RISE.

Adultos mayores 18 años en adelante de nivel socioeconómico bajo, medio bajo y medio típico.

Muestra - 3 sesiones – 8 casos.

2.4. SEGMENTACIÓN

2.4.1. MACRO-SEGMENTACIÓN

Geográfica:

Provincia: Guayas

Región: Costa

Sector: 3 Cantones (Guayaquil, Duran y Milagro) 70% de la provincia del Guayas.

Demográfica:

Edad:	18 – en adelante
Sexo:	Indiferente
NSE:	Bajo-Típico, Bajo-Alto, Medio
Educación:	Indiferente

Conductual - Personas Naturales

- Obligados a llevar contabilidad

Según lo que dispone el reglamento para la aplicación a la ley de régimen tributario interno estos contribuyentes cumplen con: \$100000 de ingresos gravados, \$80000 de costos y gastos incurridos en la actividad económica y \$60000 de capital propio al inicio de actividades. Se constituyen como agentes de retención.

- No Obligados a llevar contabilidad

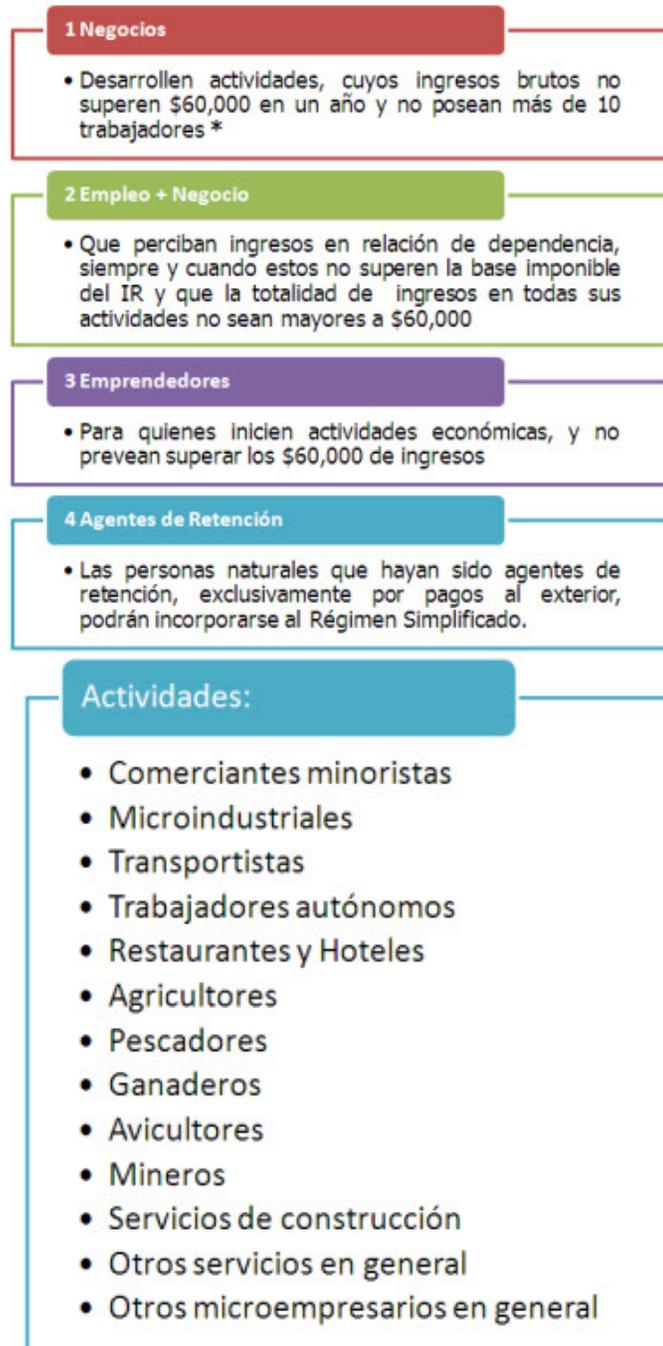
No cumplen con los requisitos ya presentados y tampoco se constituyen como agentes de retención

- Contribuyentes Especiales
- Otros contribuyentes

Para el caso de los contribuyentes especiales y otros contribuyentes por lo general son sociedades, aunque una persona natural vía resolución del SRI puede ser considerado contribuyente especial.

2.4.2. MICRO-SEGMENTACIÓN

Gráfico 45: Micro-Segmentación



Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2011)

2.5 CONCLUSION DE LA INVESTIGACIÓN MUESTRAL ALEATORIA SIMPLE

Una vez realizado el levantamiento de información de tipo muestral - aleatorio simple en las zonas geograficas asignadas para realizar la investigación podemos concluir que la evasión de impuestos y el enanismo fiscal son unos de los causantes de los problemas del Sistema Tributario Ecuatoriano. Es un gran problema porque no hay muchas maneras de controlar, refiriéndonos al acto de evadir de manera total o parcial el pago de impuestos o tributos establecidos legalmente. A pesar de conocer de la existencia de un sistema simplificado hay un rechazo por parte de los contribuyentes, el mismo que se da por la falta de conocimiento del funcionamiento del RISE, ya que la información no ha sido impartida de forma adecuada, por lo que se desconocen los beneficios y el costo de oportunidad para quien se acoja a este régimen simplificado. La falta de Comunicación-Información juega un papel importante para el conocimiento del nuevo régimen, dado que por estos medios el contribuyente conocería de los benéficos y la ventaja que tendrían al obtener el RISE.

2.5.1. CONCLUSION DE GRUPO FOCALES

Según los resultados obtenidos, población estudiada, la fuente por la que la mayor proporción conoció el tema, es por medios distintos a la televisión, radio y periódicos, siendo esto un factor externo a la administración tributaria, ya que ninguna de las anteriores es una vía de comunicación directa, por lo que una de las posibles formas de transmisión es

El medio por el cual la mayor cantidad de la población evaluada conoció el sistema simplificado según el análisis, demostró ser otro medio; Siendo esto algo ajeno a la administración tributaria, dado que no es una de las vías de comunicación directa; entre las posibles formas de trasmisión de información prevalecería la experiencia de otros comerciantes, lo que puede ser positivo o no para la finalidad de la administración.

La televisión es un medio potencial para transmitir mayor información sobre el sistema, medio que se ha utilizado de manera informativa, mas no de manera persuasiva. Esto sucede a su vez en la prensa radial y escrita.

Los pequeños comerciantes no solo deben ser informados sobre la existencia de un sistema menos complejo, sino más bien se les debe explicar cómo desarrollarse en la economía perteneciendo a la actividad comercial registrada, así como la importancia de cumplir con las obligaciones tributarias.

Finalmente con base a las respuestas obtenidas podemos resumir que en muchos casos, el incumplimiento se da por falta de conocimiento o por la complejidad del régimen único y no solamente porque exista rechazo al régimen tributario por parte de los comerciantes. Siendo la complejidad del sistema una de las grandes causas porque el RISE es creado, y con esto la justificación de la evaluación realizada con la finalidad de proponer estrategias que posibiliten llegar a más contribuyentes, abarcando más puntos y entregando la información necesaria, generando desarrollo de la economía del Ecuador a largo plazo, siendo quizás también una manera de concienciar a la población, dándoles a conocer los beneficios que se pueden obtener siendo un contribuyente.

3. PLAN DE MERCADEO: ESTRATEGIA

3.1. OBJETIVO DE MARKETING

Obtener una recordación de marca durante el primer año en la ciudad de Guayaquil del 25%.

Alcanzar un nivel de posicionamiento del 25 % en el ejercicio en la ciudad piloto.

Lograr el 10% adicional a la participación actual durante el primer año en el puerto principal.

3.2. POSICIONAMIENTO

3.2.1. POSICIONAMIENTO TÉCNICO

Pague impuestos de manera sencilla, fácil y a bajo costo.

3.2.2. POSICIONAMIENTO PUBLICITARIO

¡Yo amo a mi Ecuador y pago mis impuestos, con el RISE!

3.2.3. PROPUESTA

“RISE .. Me hace bien a MI”

El posicionamiento publicitario actual refleja una preocupación por el país, sin embargo en el Ecuador son pocas la personas que se sienten identificadas con él (poco nacionalistas) solo en caso del deporte con la selección nacional o temas particulares como la cerveza, comida típica, etc., los ecuatorianos se sienten identificados.

A nadie le gusta que le quiten dinero del bolsillo y mucho menos sin saber por qué motivo o con que finalidad. La propuesta planteada presenta una realidad, el beneficio personal y en consecuencia el bienestar de sus familiares. Con esto logramos brindar una identificación del contribuyente sobre la necesidad y el beneficio de pagar sus impuestos que son destinados a diferentes obras de demanda masiva que otros servicios privados no lo pueden dar por lo costoso que sería como obras públicas, construcción de carreteras, servicio de alcantarillado y agua potable, construcción de hospitales, escuelas, etc.

Al dar a conocer el destino final de sus contribuciones y como se están distribuyendo los mismos, el contribuyente podrá percibir de una manera tangible el esfuerzo tributario que están realizando, incentivando así la cultura tributaria en la nación.

3.3. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

3.3.1. MATRIZ DE ROLES Y MOTIVOS

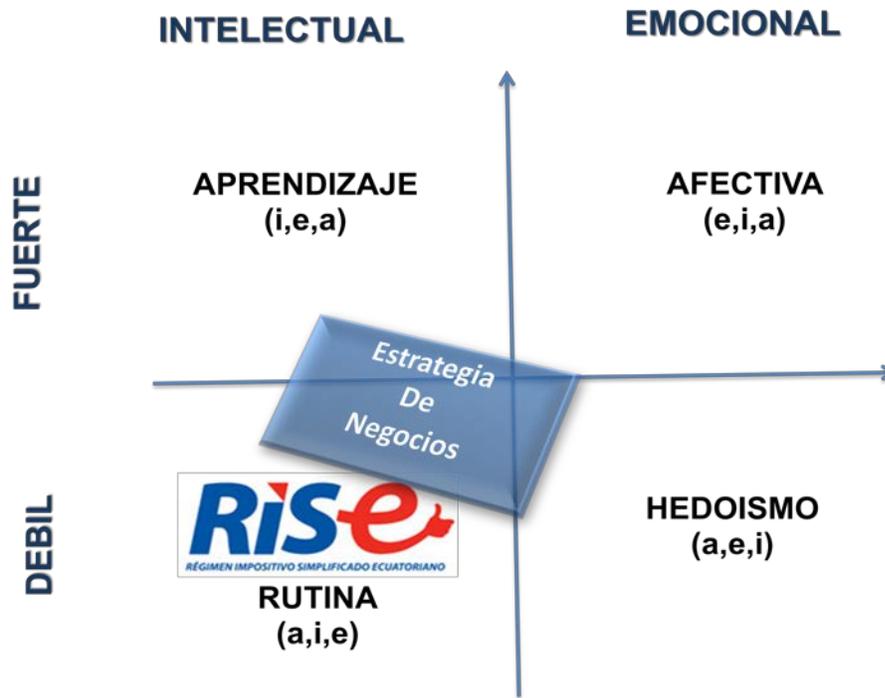
Gráfico 46: Roles y Motivos

	Quien?	Cómo?	Por qué?	Cuando?	Dónde?
El que inicia	SRI	Ofreciendo el RISE como alternativa para pagar impuestos de manera fácil y sencilla para el contribuyente.	Gran cantidad de contribuyentes que no saben cómo pagar sus impuestos o se les complica.	Al momento de tener la necesidad de percibir ingresos.	En el lugar donde se presenta la oportunidad de laborar.
El que influye	SRI	Indicando que es requisito indispensable para que pueda ejercer una actividad económica de manera legal.	Disposición legal.	Al momento de existir oportunidades laborales o de emprendimiento.	Lugares de trabajo.
El que decide	Contribuyente	Dependiendo de su actividad económica y niveles de ingreso.	Conveniencia.	Al momento de tener su documento.	Departamento de RUC - Agencias SRI.
El que paga impuestos	Contribuyente	A través de cuotas mensuales o anuales.	Obligación tributaria.	Según noveno dígito del RUC / RISE.	Instituciones financieras.

Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Matrriz de Roles Y motivos, 2011)

3.3.2. MODELO DE IMPLICACIÓN FCB

Grafico 47: Modelo de Implicación FCB



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Modelo de Implicacion FCB, 2011)

En el modelo, FCB nuestro producto RISE se encuentra ubicado en el cuadrante de RUTINA.

La cultura tributaria en el país en estos tiempos presenta un esquema en la que los contribuyentes hacen todo lo posible por cumplir con sus obligaciones tributarias por temor a una sanción (acción). Una vez ya cumplido o al haber ya pasado el susto de la sanción el contribuyente trata de informarse al respecto (información) y luego evalúa alternativas para poder luego no pagar o pagar menos (evaluación). Lo que soporta la acción de manera impulsiva por parte del contribuyente es su necesidad de concluir con el asunto de la manera más rápida con la finalidad de no obtener

una sanción, luego de este comportamiento cuando el contribuyente tiene disponibilidad de tiempo o por cultura general y no pasar contratiempos se inscribe en las capacitaciones para conocer aún más o simplemente ahorrarse a futuro el dinero invertido en aquella ocasión, conociéndolo puede buscar otras alternativas a su beneficio.

3.3.3. VENTAJA DIFERENCIAL

3.3.3.1. PROPUESTA DE VALOR

El océano azul consiste en buscar mercados no atendidos (los contribuyentes que quieren pagar impuestos y no saben cómo y los contribuyentes que no quieren pagar impuestos pero lo harían si les prestamos atención), es decir oportunidades en los cuales el producto o servicio que encuentra ese mercado llegue a ser el primero y el que cubra esa necesidad no atendida. A través de un plan comunicacional que se enfoque en el beneficio tangible del pago de impuestos se perciba como una necesidad intrínseca para el contribuyente, pues este se verá beneficiado del mismo.

Nuestra propuesta de valor consiste en identificar el vehículo para poder llegar a esas personas que no tiene registro a través de información de los grandes contribuyentes por medio del departamento de control de diferencias. Una vez identificados se direcciona el plan comunicacional para cada uno de ellos.

3.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

3.4.1. TIPOS DE INDUSTRIA

Al ser una institución del estado y el único ente recaudador de impuestos esta se compone como un MONOPOLIO.

3.4.2. MODELO E.F.E.– E.F.I. PARA APLICACIÓN EN MATRIZ MCKENSEY.

Gráfico 48: Modelo E.F.E. MCKENSEY

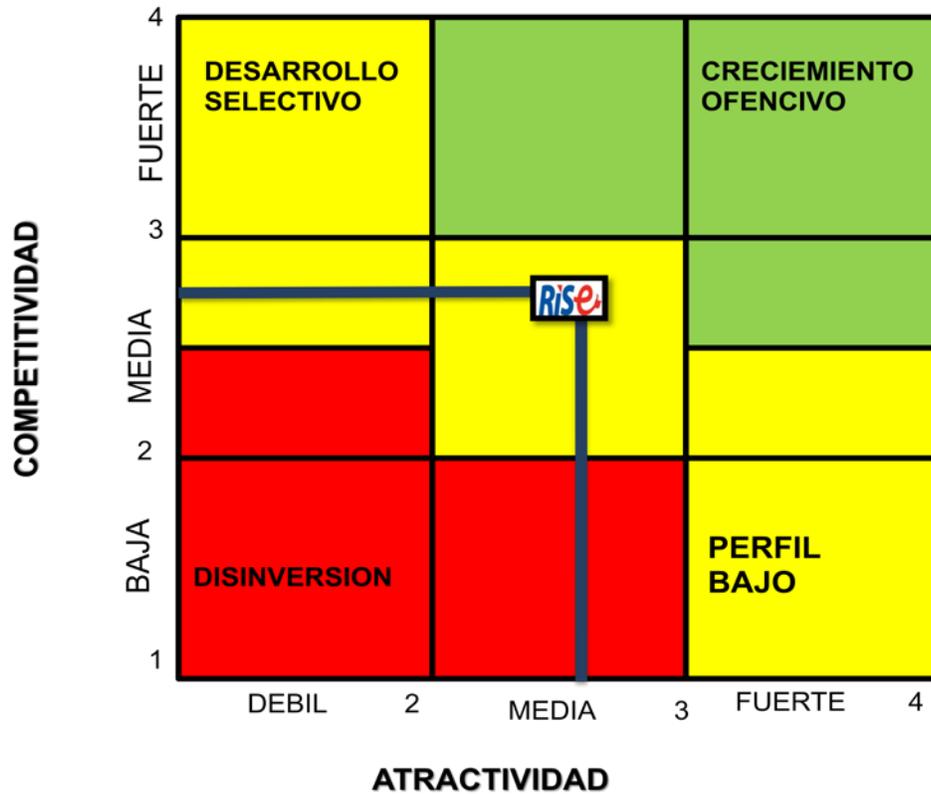
		OPORTUNIDADES		
E. F. E.	avance tecnológico	4	15%	0,6
	deseo del contribuyente por capacitarse	4	20%	0,8
	mayor inversión de comunicación por parte del gobierno central	3	10%	0,3
	Incremento del cumplimiento de obligaciones tributarias.	4	10%	0,4
	AMENAZAS			
	Tramitadores (incremento en costos de contribuyente)	1	10%	0,1
	legislación ecuatoriana	2	5%	0,1
	Grupo de Interés	2	5%	0,1
	No inspira confianza	1	15%	15,0
	Falta de cultura tributaria	1	10%	10,0
			100%	<u>27,4</u>

Gráfico 49: Modelo E.F.I. MCKENSEY

		FORTALEZA		
. F. I.	Innovación Tecnológica	4	15%	0,6
	Reconocimiento de Marca	3	5%	0,15
	Buena Infraestructura interna y externa	3	15%	0,45
	Nuevos mecanismo de comunicación para el contribuyente	4	5%	0,2
	nuevos beneficios tributarios	4	10%	0,4
	lotería tributaria	3	15%	0,45
	DEBILIDADES			
	sistema tributario centralizado (Quito)	2	10%	0,2
	dependencia de otras entidades publicas	1	10%	0,1
	indicadores de gestión no se cumplen por falta de recursos	1	10%	0,1
procesos cambian continuamente	2	5%	0,1	
			100%	<u>2,8</u>

Fuente: (MCKENSEY, 2011)

Gráfico 50: Modelo E.F.E.- E.F.I. MCKENSEY



Fuente: (MCKENSEY, 2011)

3.5. ESQUEMA ESTRATÉGICO.

3.5.1 ESTRATEGIA BÁSICA DE DESARROLLO.

RISE posee una estrategia básica de desarrollo de concentración o enfoque. Nuestra ventaja competitiva con respecto al RUC el cual es el régimen impositivo más común es su sencillez al momento del pago del impuesto ya que evita la presentación de declaraciones, aminora costos del proceso como el tener un contador o una persona que haga las declaraciones, etc. Nuestro objetivo estratégico se direcciona en un segmento específico el cual constituyen aquellas personas que quieren pagar sus impuestos pero no saben cómo hacerlo y las personas que no quieren hacerlo pero si les prestamos atención lo harían, que de

hecho la misma administración tributaria ya los tienen identificados los cuales corresponden a las categorías propias del RISE.

3.5.2. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Intensificación; El crecimiento intensivo constituye a direccionar todos los esfuerzos de marketing y comunicación hacia contribuyentes que se encuentran actualmente incorporados al régimen, como podemos observar en el cuadro esta estratégica indica que corresponden a mercados actuales (categorías de RISE, que de hecho son las actividades económicas ya identificadas por el CIU) y productos actuales, el régimen impositivo ecuatoriano propiamente dicho.

Esta estrategia contempla:

- Desarrollar la demanda primaria y aumento de la cuota de mercado: aumento del catastro de contribuyentes.
- Adquisición de mercados: el ingreso de nuevas categorías luego de ser identificadas por el vehículo de nuestra estrategia de valor.
- Organización y defensa del mercado: re categorizaciones por actividad económica y la organización de los mismos.

3.5.3. ESTRATEGIAS DE MARCA.

3.5.3.1. ESTRATEGIAS DE MARCAS MÚLTIPLES.

El RISE no posee una estrategia de marca definida, sin embargo al ser parte del SRI constituye una oportunidad para desarrollar la misma a través de un apalancamiento con la marca corporativa. A esto se debe la imagen institucional que el SRI refleja: confianza, transparencia y modernidad.

3.5.4. ESTRATEGIA DE FIDELIZACION

3.5.4.1. DIAGRAMA DE FLOR

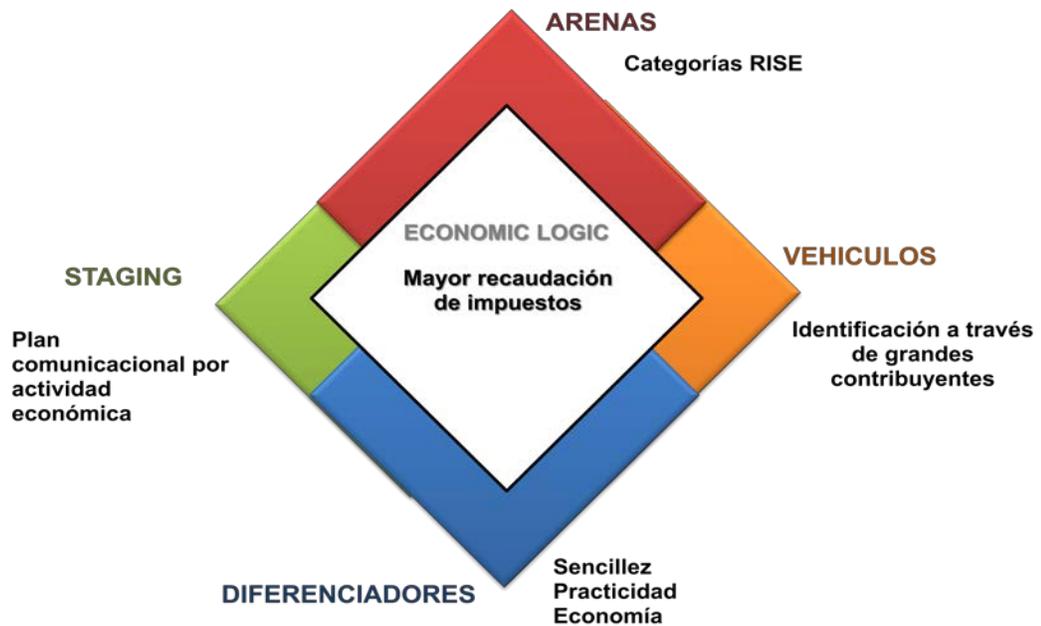
Gráfico 51: Diagrama de Flor



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, 2011)

3.5.4.2. DIAGRAMA ESTRATÉGICO.

Gráfico 52: Diagrama Estratégico



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Diagrama Estratégico, 2011)

Nuestra propuesta de valor consiste en identificar el vehículo para poder llegar a esas personas que no tiene registro a través de información de los grandes contribuyentes por medio del departamento de control de diferencias. Una vez identificados se direcciona el plan comunicacional para cada uno de ellos.

4. MARKETING MIX.

4.1. PRODUCTO / SERVICIO

4.1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO.

RISE (*Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano*) Es un nuevo régimen de incorporación voluntaria que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

4.1.2. PERFIL DEL CONTRIBUYENTE.

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

4.1.3. REQUISITOS DEL RISE

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación

- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

4.1.4. RESTRICCIONES DEL RISE.

Personas que no pueden acoger al Régimen Simplificado

- Personas Jurídicas.
- Personas naturales que hayan sido agentes de retención de impuestos en los últimos tres años; a excepción de quienes fueron agentes de retención, exclusivamente, por pagos al exterior.
- Agenciamiento de bolsa: es decir agentes de Bolsa de Valores
- Almacenamiento de productos de terceros: aquellas almacenadoras que prestan servicio de depósito de bienes para otras personas.
- Agentes de aduana: quienes se dedican a la actividad de realizar trámites de comercio exterior
- Comercialización y distribución de combustibles: quienes tienen estaciones de servicio en el cual se expende cualquier tipo de combustible (diesel, extra, super, jet fuel, etc.).
- Casinos, Bingos, Salas de juego: quien posea cualquiera de estos locales orientados a juegos de azar
- Publicidad y propaganda: aquellos cuyo objetivo sea entregar publicidad. Por ejemplo una agencia que realiza comerciales de televisión.
- Organización de espectáculos: es decir, personas naturales que preparen eventos catalogados como tales.
- Libre ejercicio profesional: personas naturales (con título terminal universitario) que haciendo uso de sus conocimientos, realizan actividades profesionales en los diversos ámbitos de ocupación. Por ejemplo los médicos, abogados, arquitectos, etc. que poseen una oficina, consultorio o simplemente brindan algún tipo de asesoría o ayuda.

- Producción y comercialización de bienes ICE: personas naturales cuya actividad económica gire en torno a producir bienes gravados con Impuesto a Consumos Especiales, como por ejemplo bebidas alcohólicas.
- Imprentas autorizadas por el SRI: personas naturales que sean dueñas de una imprenta que realice comprobantes de venta autorizados por el SRI.
- Corretaje de bienes raíces: aquellas personas naturales que se dediquen a actividades relaciones con compra-venta-comisión de bienes raíces.

4.1.5. BENEFICIOS DEL RISE.

- No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos
- Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- No tendrá obligación de llevar contabilidad
- Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Ud. podrá solicitar un descuento del 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

Las tablas precedentes son actualizadas cada tres años por el Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, de acuerdo a la variación anual acumulada de los tres años del Índice de Precios al Consumidor en el Área Urbana (IPCU), editado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) al mes de noviembre del último año, siempre y cuando dicha variación supere el 5%.

4.2. EVIDENCIA FÍSICA

Características o atributos del servicio que va desde lo tangible a lo intangible. La infraestructura tanto interna como externa de las agencias de atención al cliente del

SRI son confortables, brinda la mejor comodidad para que el contribuyente se sienta a gusto durante su gentil espera. Cuenta con servicios como:

El SRI mantiene un protocolo de atención para los contribuyentes para mantener el orden al momento de ser atendidos sistema que se presenta al realizar cualquier tipo de transacción de cualquier agencia del SRI.

- Información de servicios
- Servicio de Limpieza,
- Atención e información al cliente.
- Personal capacitado, uniformado.
- Relación Funcionario – Contribuyente: para obtener repuestas eficientes y eficaces de cualquier transacción requerida.

Gráfico 53: Servicios



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Servicio al cliente, 2011)

4.2.1 SERVICIOS DEPARTAMENTALES

4.2.1.1 SERVICIOS TRIBUTARIOS

Este departamento es el encargado de realizar todos los procesos operativos de contribuyentes en la institución sus principales ramificaciones son las siguientes:

4.2.1.2 ÁREA DE RUC

En esta área podemos obtener lo que corresponde a la inscripción, actualización y cierre del registro único de contribuyentes tanto de personas naturales como de sociedades.

En este encontramos también el registro del RISE.

4.2.1.3 ÁREA DE COMPROBANTES DE VENTA Y RETENCIÓN

El área de facturación se caracteriza por la administración de los comprobantes de venta (facturas, notas de venta RISE, tiquetes de maquinas registradoras, etc.) y busca emitir las autorizaciones para su emisión luego del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

4.2.1.3.1 COMPROBANTES DE VENTA RISE (nota de venta)

Los contribuyentes que se incorporan al Régimen Simplificado están obligados a emitir notas de venta impresas en establecimientos gráficos autorizados por el SRI, o tiquetes de máquinas registradoras autorizadas por el SRI.

Según cada caso, se puede solicitar la autorización para emitir:

-Guías de remisión - Notas de crédito - Notas de débito

Documentos deben cumplir con los requisitos pre-impresos, establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención, e incluir la leyenda "Contribuyente Régimen Simplificado"

- Fecha de la transacción
- Valor de la transacción

En el caso de los servicios prestados por hoteles, bares y restaurantes, debidamente calificados, deben incluir la propina establecida por el Decreto Supremo No. 1269, publicado en el Registro Oficial No. 295 del 25 de agosto de 1971.

Las notas de venta y documentos complementarios no generan crédito tributario de IVA a sus adquirentes pero si sustentan costos y gastos del Impuesto a la Renta, siempre que identifiquen al usuario y describan los bienes y servicios objeto de la transacción.

4.2.1.4 ÁREA DE CAPACITACIONES

El área de atención a clientes posee un sector direccionado a la capacitación de los contribuyentes con la finalidad de que este pueda conocer a profundidad los beneficios, deberes, derechos y obligaciones así como el funcionamiento del software DIMM formularios como anexos (sistema computarizado para la realización de declaraciones), provocando así la disminución de costos para el contribuyente.

4.2.1.4 CENTRO DE CONTACTO

El centro de atención telefónica es un canal de atención al contribuyente que le permite absolver sus consultas siguiendo el ritmo de su vida cotidiano.

Esta línea directa (1700-SRI SRI) 1700 – 774 774 es el mecanismo que más usan los contribuyentes para conocer requisitos

Bases legales

Consulta de obligaciones tributarias

Procedimientos

Entre otros servicios

Generación de claves

4.2.1.5 DERECHOS DEL CONTRIBUYENTE

Este departamento es el encargado de la recepción de quejas y/o denuncias de índole tributario y sirve de soporte para el contribuyente en cualquier situación que amerite.

4.2.1.6 SECRETARÍA

En este departamento encontramos la emisión del certificado de cumplimiento tributario, el ingreso de consultas de tipo vinculante y el ingreso de solicitudes o reclamos administrativos.

Existen otras zonas operativas que no mantienen un contacto directo con el contribuyente (su contacto es efímero), sin embargo prestan servicios que aunque de procedimiento interno de la institución, aportan un valor agregado al desempeño general de la administración tributaria.

4.2.1.7 DEPARTAMENTO DE RECLAMOS ADMINISTRATIVOS

Tanto como para personas naturales como para sociedades, este departamento se encarga de los procesos de acreditaciones de valores por pago indebido o por pago en exceso.

4.2.1.7.1 ADMINISTRATIVO FINANCIERO:

– Cobranzas

Encargado de ejercer la acción de cobro que posee la administración tributaria.

4.2.1.7.2 CENTRO DE ESTUDIOS FISCALES (CEF):

Esta área se caracteriza por la investigación y desarrollo de las nuevas tendencias correspondientes a la administración tributaria. Es un centro dedicado al conocimiento y abierto al público en general que desee conocer de estos temas tributarios.

4.3. PRECIO

Al ser una institución de estado, al menos en esta, se brindan servicios de todo tipo y de manera gratuita. Recordemos que una de las propiedades que busca la administración tributaria es la disminución de los costos al momento de cancelar sus impuestos.

4.4 PLAZA

Para inscribirse pueden hacerlo en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE, de esta manera disminuirá el tiempo de espera.

4.4.1. UBICACIÓN

Guayas: "Guayaquil - Milagro".

4.4.1.1 GUAYAQUIL

- *Agencia Guayaquil –WTC. Regional Litoral Sur*

Dirección: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo

Teléfonos: (04)2685150

- *Agencia parque California*

Dirección: Km. doce y medio Vía Daule-Parque California local 10-a

Teléfonos: (04) 2685150

- *Agencia Guayaquil Centenario*

Dirección: Rosa Borja de Icaza y Chambers (esquina).

Teléfonos: (04)2440471 (04)2440476 (04)2440573

- *Agencia Guayaquil Centro*

Dirección: 10 de Agosto y Pedro Carbo

Teléfonos: (04)2324458 (04)2324415 (04)2324497

4.4.1.2 MILAGRO

- *Agencia milagro*

Dirección: Juan Montalvo y Bolívar

Teléfonos: (04)2975550 (04)2976197 (04)2976190

4.5. PROMOCIÓN

4.5.1. PLAN COMUNICACIONAL

El direccionamiento de la comunicación será de carácter intensivo haciendo presencia en la mayoría de medios no tradicionales posibles. Lógicamente cubriendo de cierta manera los medios habitualmente utilizados como lo son radio y publicaciones en prensa.

4.5.1.1 PRENSA

Se utilizarán diarios populares y de bajo rebote, ya que el target al que nos estamos dirigiendo es público en general, considerando las actividades económicas que posee RISE en la actualidad.

Los periódicos a utilizar son Diario EXTRA y Periódico Popular “PP”, incluyendo insertos y de manera periódica medias páginas con información general del producto e ilustraciones.

La distribución será de la siguiente manera:

Se realizará un trabajo continuo por 11 meses. La campaña en prensa comenzará a partir del mes de Febrero.

4.5.1.1.1 DIARIO EXTRA

Las publicaciones en este diario serán exclusivas para los días lunes.

Tercera semana de cada mes.

Alternando: ¼ de página y un inserto de 4 caras (díptico) o de 2 caras (flyers) cada mes.

Se seleccionó este día por el tradicional de este diario el denominado “Lunes Sexy” tomando en consideración que la mayoría de los contribuyentes registrados en el catastro son hombres.

4.5.1.1.2 DIARIO POPULAR “PP El verdadero”

Las publicaciones de este diario serán exclusivas para los días miércoles por mediados de semana.

Tercera semana de cada mes a partir de marzo.

Alternando en el siguiente orden: un inserto de 4 caras (díptico) o de 2 caras (flyers), la variabilidad depende del mes y la mini campaña que se este realizando. ¼ de página cada mes.

**Mini - campaña: Por ejemplo el campeonato nacional. Tomar en consideración que el plan comunicacional es por actividad económica por lo tanto variará según los meses.*

Gráfico 54: Insertos en prensa escrita



Fuente: (Ericka Ruiz)

4.5.1.2 RADIO

Conociendo que la mayoría de contribuyentes incorporados en RISE actualmente son hombres y que la tendencia corresponde a un incremento considerable de estos; las menciones que se realizarán, serán en partidos de fútbol del campeonato

nacional. Las frecuencias a utilizarse con esta estrategia son SuperK800 para frecuencia AM y DIBLU “la FM del futbol” para la frecuencia FM.

Las menciones se realizarán durante el partido en dos situaciones puntuales, en las atajadas que realice el arquero (se explicará luego en que situaciones) y en las celebraciones gol (al momento de retomar el partido, durante la repetición).

Estas tendrán una duración de 15 segundos y será mencionada por el comentarista del partido.

Mención #1:

(Una vez que el arquero ha atajado un balón de manera fácil)

COMENTARISTA:

“Así de fácil que fue para el arquero (se puede mencionar el nombre del deportista) atajar ese balón. Así de fácil es para él pagar sus impuestos con el RISE.

Con el RISE:

Olvídate de hacer declaraciones.

Evita la retención de impuestos.

No pierdas tiempo y paga tu cuota mensual.

Así de fácil que es con el RISE... me hace bien a mí, le hace bien al país”.

Mención #2:

(Luego del gol, durante la reiteración de la jugada o el reinicio del juego)

COMENTARISTA:

“Que fácil que es para el jugador (se puede mencionar el nombre del jugador) festejar el gol con su hinchada, así de fácil es para usted pagar sus impuestos con el RISE.

Con el RISE:

Olvídate de hacer declaraciones.

Evita la retención de impuestos.

No pierdas tiempo y paga tu cuota mensual.

Así de fácil que es con el RISE... me hace bien a mí, le hace bien al país”.

Estas menciones se realizarán durante todos los partidos del campeonato de la copa credife. A partir de Febrero hasta Diciembre en la culminación del campeonato. Las menciones son tan solo muestras de lo que se va a realizar en adelante (tomar en consideración las mini – campañas.

Cabe recalcar que el atributo que se explota es la facilidad con la que se pagan los impuestos, he ahí el concepto.

4.5.2 RELACIONES PÚBLICAS

4.5.2.1 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

4.5.2.1.1 BANCO DEL BARRIO DE BANCO DE GUAYAQUIL

Realizar la firma de un convenio con esta institución financiera para poder realizar la recaudación de las cuotas de contribuyentes RISE. Con esto se lograra tener proximidad con el contribuyente y a su vez que este sienta confianza en la realización de sus pagos.

La firma de convenio se realizara entre nuestro Director Regional Econ. Juan Miguel Avilés y el Ing. Jean Paolo Lauri, Gerente de la división Banco del Barrio.

A su vez, al tener un contacto directo con el dependiente encargado de la recaudación, los barrios podrán tener la oportunidad de coordinar capacitaciones para conocer diferentes temas de índole tributaria, dándole mayor énfasis al RISE.

El funcionario asignado por el departamento de declaraciones se acercara al establecimiento a impartir dicha charla.

A continuación presentamos un mapa de los bancos del barrio ubicados en la ciudad de Guayaquil.

Gráfico 55: Banco del barrio en Guayaquil



Fuente: (Banco de Guayaquil, 2011)

4.5.2.2 MES DEL CONTRIBUYENTE RISE

El mes del contribuyente RISE celebra la creación del régimen simplificado en el Ecuador, la misma que tuvo lugar el 1ero de Agosto de 2008.

Para conmemorar este acontecimiento el Servicio de Rentas Internas podrá a disposición varias jornadas tributarias, las mismas que consistirán en puntos de información en varias localidades de mayor afluencia en la ciudad de Guayaquil.

A continuación la distribución de los puntos en los que estarán lo stands de información:

Norte

- Terminal Terrestre de Guayaquil
- Mall del Sol
- Policentro

Centro

- Plaza San Francisco

Sur

- Rio Centro Sur
- Mall del Sur

Los centros de información constarán:

- Stand de 6mts²
- 2 Personas (funcionarios de la institución) Dpto: CAT o Información.
- Horarios: 11h a 13h – 14h a 16h (los horarios son seleccionados por tema laboral).
- Folletería

La ubicación de los centros de atención dependerá de los administradores de los centros comerciales y/o estaciones.

La campaña contempla la colocación de los stands por ubicación y por periodos de 1 semana y media aproximadamente. Empezando por el sur, luego centro y posteriormente norte. Cabe recalcar que el stand del centro en la plaza San Francisco tendrá una duración de 2 semanas ya que se encuentra ubicado en uno de los sectores comerciales de la ciudad y de mayor afluencia de gente.

Para los caso de Terminal Terreste y Plaza San Francisco, se solicitará la colaboración de la municipalidad para poder colocar estos stands (sin costo).

Gracias a la labor de la comunicadora, la Lcda. Sandy Redin, existe un acercamiento previo por eventos anteriores por ese motivo, el uso del espacio físico en los centros comerciales no tendrá costo alguno.

El día en el que se realizará una jornada tributaria para cerrar el mes del contribuyente RISE será el último día viernes del mes de Agosto.

Este constará de una Casa Abierta en las instalaciones del SRI – WTC (Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo).

En la explanada del WTC (al frente del edificio) se colocarán 3 carpas 3x3 en las que habrá información y material POP para el contribuyente que solicite información al respecto. Se colocan las carpas en este lugar ya que es una zona de mucho movimiento.

Durante este tiempo en los semáforos en ROJO estarán 2 sanqueros con un banner que dirá: “Que fácil es pagar mis impuestos con el RISE!!! FELIZ DIA ☺”. Mientras que otros 2 funcionarios entregaran flyers a los contribuyentes que se encuentran en sus vehículos.

Mientras esta activación se da en las afueras de la institución, se ofrecerá una rueda de prensa en el piso 2 del edificio sala 2 en la que el Director Regional Litoral Sur, Econ. Juan Miguel Avilés Murillo y el Director General Econ. Carlos Marx Carrasco, hablarán sobre la importancia de esta iniciativa y de este tipo de regímenes para la sociedad ecuatoriana.

En las salas 3 y 4 los jóvenes estudiantes participantes del MEC presentarán trabajos de exposición sobre lo que han aprendido en las capacitaciones impartidas los días sábados en sus instituciones sobre RISE y harán representaciones vivientes de la vida cotidiana del contribuyente de este régimen.

Cabe recalcar que el costo de esta iniciativa únicamente incurrirá en material POP y decorativo. Mesas, carpas, roll ups y demás materiales los posee ya el departamento de comunicación del SRI.

El evento dará inicio a las 10h hasta las 14h30.

Gráfico 56 Brigadas móviles



Fuente: (Ericka Ruiz, Brigadas)

4.5.2.3 PARTICIPACIÓN EN FERIAS

De suma importancia que la marca tenga presencia en este tipo de eventos de afluencia voluntaria ya que la mayoría de las personas acuden a estos como método

de esparcimiento familiar, lo cual corresponde a una excelente oportunidad para poder fomentar la cultura tributaria sobre todo en familia y desde los más pequeños.

Ferias como “Socio País”, gabinetes itinerantes y la “Feria Internacional de Durán” son las más destacadas y en las que debería existir participación constante.

Tomar en consideración lo siguiente:

En las ferias gubernamentales tales como “Socio País”, gabinetes itinerantes y cualquier otro tipo de feria en la cual se reciba invitación por parte de presidencia de la república, estas no incurren gastos a más de la movilización, e inclusive no se realiza pago a funcionarios por horas extras (estos son compensados con días libres) o material adicional como POP o roll ups ya que el departamento de comunicación utiliza el material designado para todas las campañas a realizarse en el año como: lotería tributaria, impuesto a la renta, impuesto a las tierras rurales, etc.

Por lo tanto estas no incurren mayor gasto a más de la movilización (que inclusive se realiza en los vehículos institucionales). Este proyecto pretende incentivar la participación activa en este tipo de ferias y no se participa ya que como no son presentadas en un cronograma de actividades al principio del año (en la mayoría de los casos) se decide no participar por la falta de preparación en las mismas.

Feria Internacional de Durán

La última vez que se participó en esta feria fue en el año 2007.

Se pretende retomar la iniciativa ya que es uno de los puntos de mayor afluencia en el mes de octubre por las fiestas de independencia de la ciudad de Guayaquil. Por lo tanto es considerado como uno de los centros principales de convocatoria en esta fecha.

Nuestra participación se dará en el galpón de gobierno. Con un stand de 16mts² (4x4). Contaremos con el siguiente material:

- Poyector (Presentación de videos institucionales y comerciales)
- Material POP (folletos, guias tributarias, etc) y Merchandising (plumas, llaveros, stickers, tomatodos).
- Mesas (x2)
- 3 Roll Ups (1 institucional y 2 de RISE)
- 4 funcionarios (turnos rotativos)
- 2 modelos AAA

Stand netamente informativo. Participación durante toda la feria.

Gráfico 57: Ferias



Fuente: (Ericka Ruiz, Ferias RISE)

4.5.2.4 ENTREVISTAS (TV/RADIO)

Se procurara hacer noticia (publicity), esto se dará como consecuencia de los distintos eventos y participaciones que se estén realizando según el cronograma de actividades del plan comunicacional.

Buscamos generar noticia de alguna manera y el trabajo de los comunicadores sociales será ese enviar boletines de prensa en la que se indicaran que el director regional realizara informativos de carácter trimestral indicando la evolución de la recaudación y la participación e importancia de RISE en el presupuesto general del estado.

Conseguir entrevistas en radio, televisión. La mayor cantidad de apariciones con la finalidad de poder dar mayor presencia de marca.

Programas como “Contacto Directo”, los informes sabatinos presidenciales cuando se den en la provincia, Telemundo y demás serán la vitrina para la consecución de este objetivo.

4.5.2.5 CAMPAÑA SMS

La campaña SMS manejará 3 esquemas:

Expectativa, Informativa, y preventiva.

Expectativa: Se hará llegar un mensaje de 160 caracteres a contribuyentes (los números celulares constan en los catastros de los contribuyentes), indicando que existe una nueva alternativa para el pago de los impuestos.

SMS #1

“RISE: Ahora existe una forma FACIL de pagar impuestos sin presentar formularios mayor información al 1700 SRISRI o en www.sri.gob.ec”

Informativa: Consiste en indicarle al contribuyente los beneficios del RISE.

SMS #2

“Dile adiós a los formularios, al no estar en lista blanca, al estrés de no poder pagar tus impuestos de manera fácil RISE te lo soluciona mayor información al 1700 SRISRI o en www.sri.gob.ec”

Preventiva: Como menciona indica lo que sucede si no se paga impuestos.

SMS #3

“El no dar notas de venta puede ser motivo de clausura OLVIDATE DE LOS PROBLEMAS y paga FACIL tus impuestos con el RISE mayor información al 1700 SRISRI o en www.sri.gob.ec”

De esta manera mantenemos informados, prevenidos y recordándoles el régimen simplificado a los contribuyentes de una manera no tradicional y efectiva. Esta campaña se realizará de manera trimestral, enviando cada 2 semanas, durante un mes un mensaje.

4.5.3 MERCHANDISING

Es de suma importancia conocer que entre el material que se va a realizar para la feria, el plan comunicacional y de más corresponderá a:

Plumas, stickers, llaveros, material POP, etc.

Gráfico 58: Material POP



Fuente: (Ericka Ruiz, Material POP)

Cronograma antes mencionado detalla de manera semanal el movimiento de las actividades realizadas por parte de la administración tributaria para la ejecución del plan de comunicación.

5. PRESUPUESTO

5.1 PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO

El Presupuesto General del Estado constituye el instrumento operativo básico que expresa las decisiones en materia de política económica y de planeación gubernamental. El presupuesto es la herramienta diseñada por el poder Ejecutivo mediante el cual se prevén los ingresos y gastos, los cuales son sometidos a aprobación de la Asamblea Nacional para un período determinado, generalmente un año.

Los ingresos son los recursos que extrae el Estado de la economía, estos pueden ser:

- petroleros: procedentes de la exportación de crudo y venta interna de hidrocarburos;
- tributarios: provenientes de la recaudación de impuestos, tasas y contribuciones;
- superávit (utilidades operacionales) de las empresas públicas;
- endeudamiento interno o externo.

Los gastos son el conjunto de desembolsos que realiza el Estado para cumplir con sus fines, pueden ser:

- Corrientes: Incluyen todas las erogaciones que los Poderes, Órganos Autónomos, Administración Pública y empresas del Estado, requieren para la operación de sus programas. Incluyen sueldos, salarios, intereses de deuda, materiales y suministros, entre otros.
- De Capital: Comprenden aquellas erogaciones que contribuyen a ampliar la infraestructura social y productiva, así como a incrementar el patrimonio del sector público. Los gastos de Capital también conocidos como de inversión, por ejemplo: construcción de escuelas, colegios, hospitales, carretera y puentes.
- Pago de Deuda: Es la amortización del capital recibido como préstamo.

5.2 GASTOS DEL PRESUPUESTO DEL GOBIERNO CENTRAL

El siguiente cuadro muestra los ingresos y gastos del Gobierno Central para el período 2005- 2009. Los ingresos tributarios de los primeros tres trimestres del año 2009 representan casi el 57% de los ingresos totales del Gobierno Central.

Gráfico 60: Gastos del presupuesto de gobierno central

OPERACIONES DEL GOBIERNO CENTRAL
-base devengado-
Millones de dólares

Transacciones \ Período		AÑOS				Trimestres			
		2005	2006	2007	2008 (p)	2009-I (p)	2009-II (p)	2009-III (p)	
TOTAL INGRESOS		6,051.6	6,895.0	8,490.2	13,799.0	2,107.1	2,847.3	3,060.7	
Petroleros	Por exportaciones	1,488.9	1,718.6	1,764.3	4,641.7	280.5	442.9	776.3	
	Por venta de derivados	78.4	0.0	0.0	0.0				
No Petroleros	Tributarios	A los bienes y servicios IVA	1,974.9	2,228.2	2,508.8	2,824.9	792.7	701.9	720.6
		ICE	220.6	257.4	219.8	473.6	118.3	97.0	104.8
		A la renta	936.6	1,068.0	1,268.0	2,338.6	424.6	978.4	695.4
		A la circulación de capitales	-	-	-	-	0.0	0.0	0.0
		Al comercio y transacciones internacionales:							
		Arancelarios	546.5	618.2	678.6	789.3	170.8	195.6	239.8
		A la salida del país	-	-	-	-	46.9	68.7	62.7
		A la compra de divisas	-	-	-	-	0.0	0.0	0.0
		A las operaciones de crédito en m/n	-	-	-	-	0.0	0.0	0.0
		A los vehículos	60.1	69.6	71.6	95.4	23.6	33.4	31.4
Otros	2.3	2.6	2.6	48.0	0.2	0.2	0.0		
No Tributarios		356.4	452.6	505.3	969.3	161.6	188.7	198.1	
Transferencias		386.9	479.9	1,471.2	1,618.2	87.7	140.5	231.9	
TOTAL GASTOS (1)		6,232.1	7,011.0	8,627.3	14,413.9	2,703.2	3,386.7	3,538.2	
Gastos Corrientes	Intereses	Externos	630.7	714.2	733.7	652.2	35.6	118.8	31.2
		Internos	224.5	227.5	181.6	144.7	6.0	75.1	21.8
		Sueldos	2,299.0	2,581.4	2,913.9	3,928.6	1,090.3	1,044.9	1,155.9
	Compra de bienes y servicios	355.2	458.5	537.4	844.6	126.2	236.9	195.1	
	Otros	489.0	584.3	833.3	1,034.6	225.1	246.1	240.2	
Gastos de Capital	Transferencias	722.1	776.0	800.0	1,880.6	392.8	519.7	563.7	
	Formación bruta de capital fijo	828.6	829.4	1,671.8	4,307.9	476.9	720.6	837.7	
	Otros	11.8	26.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
Transferencias	671.2	813.7	955.7	1,620.7	350.2	423.6	492.7		
AJUSTE DEL TESORO NACIONAL (2)				-28.3	-73.4				
DEFICIT (-) O SUPERAVIT (+)		-180.4	-87.7	-63.8	-614.9	-596.1	-538.3	-477.5	

(1) Los registros de gastos corresponden a valores devengados.

(2) Corresponden a gastos no ejecutados y revertidos al Gobierno Central.

(3) Corresponde al tipo de cambio promedio simple de venta del mercado de intervención.

(p) Cifras provisionales.

FUENTE: Ministerio de Finanzas y Entidades del Sector Público. En Bolefín Estadístico Mensual del Banco Central del Ecuador.

Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

5.3 POLÍTICA FISCAL

Las decisiones relacionadas con los ingresos y gastos públicos guardan relación con la política fiscal de un país. Un país debe mantener una estructura de ingresos estables, fundamentados en tributos. Los impuestos ayudan a financiar las actividades del Estado, a ejecutar proyectos de beneficio social e invertir en la producción de bienes y en la prestación de servicios. Su principal ventaja,

frente a los ingresos petroleros, es su sostenibilidad en el mediano plazo, debido a que no dependen de los precios internacionales.

Dentro de la política fiscal, por el lado de los ingresos tributarios el Estado define la Política Tributaria.

La Política Tributaria describe el conjunto de impuestos, tasas, contribuciones y procedimientos operativos, que debe cumplir la sociedad para financiar la actividad del Estado. Las entidades ejecutoras de las normas contenidas en la política tributaria, se denominan Administraciones Tributarias.

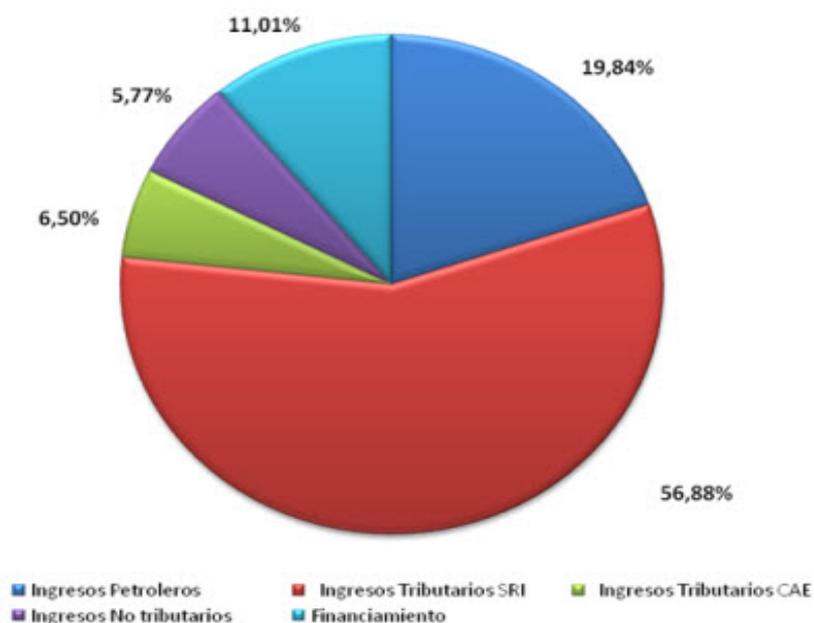
En Ecuador operan varias Administraciones Tributarias:

- El Servicio de Rentas Internas (SRI) que administra los impuestos internos.
- El Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE), que administra los impuestos al comercio exterior; y,
- Los organismos del régimen seccional (Municipios), que administran principalmente tasas y contribuciones especiales;

5.4 IMPORTANCIA DEL SRI EN EL PRESUPUESTO

Gráfico 61: Participaciones

Participaciones en el Total de los Ingresos en el PGE 2009



Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

Los ingresos tributarios representan un porcentaje muy importante en el total de ingresos del Presupuesto General del Estado.

Fuente: (Centro de Estudios Fiscales S. d., 2011)

5.5 EL PRESUPUESTO DEL SRI

El presupuesto general del Servicio de Rentas Internas corresponde al 1.5% del total de la recaudación anual según lo que dispone la Ley 41, ley que crea al Servicio de Rentas Internas y determina sus funciones y atribuciones, así como sus responsabilidades. R.O. 206, 2 de Diciembre de 1997.

5.6 PATRIMONIO Y FINANCIAMIENTO

Art. 19.- Del financiamiento.- Constituirán recursos financieros del Servicio de Rentas Internas:

1. (Reformado por el Art. 99, lit. I de la Ley 2000-4, R.O. 34-S, 13-III-2000).- El equivalente de hasta el 2% en el año 1998; y el 1,5% desde el año 1999 hasta el año 2005, inclusive en adelante de las recaudaciones de los tributos que deba administrar, cuyo producto se acreditará en la cuenta especial "Servicios de Rentas Internas", a partir de la vigencia de esta Ley;

Nota:

El texto del numeral precedente contiene las modificaciones exactas que introduce la Ley 2000-4, R.O. 34-S, 13-III-2000.

2. Los créditos no reembolsables y las donaciones que se le concedieren; y,
3. Cualquier otro recurso que se le asigne.

El Presupuesto contemplará la distribución de los recursos de acuerdo con las necesidades de las diferentes unidades administrativas del Servicio de Rentas Internas en todo el país.

Fuente: Ley 41, R.O. 206, (Servicio de Rentas Internas, 2011)

Para el año 2011 el Ministerio de Economía y Finanzas ha publicado en su web institucional el presupuesto general del estado para el ejercicio 2011, en el que contempla la distribución de estos valores para cada uno de los entes administrativos – gubernamentales.

Gráfico 62: Ministerio de Finanzas

130 MINISTERIO DE FINANZAS	001 Recursos Fiscales	23,655,245.11
135 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS -SRI	001 Recursos Fiscales	80,972,142.36
	002 Recursos Fiscales generados por las Instituciones	50,000.00
136 CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA -CAE	001 Recursos Fiscales	35,686,061.10
	002 Recursos Fiscales generados por las Instituciones	11,039,880.89
140 MINISTERIO DE EDUCACION	001 Recursos Fiscales	2,400,452,809.07

Gráfico 69

Podemos verificar en el siguiente gráfico la asignación presupuestaria para el Servicio de Rentas Internas.

Fuente:[http://finanzas.gob.ec/PRESUPUESTO_2010-](http://finanzas.gob.ec/PRESUPUESTO_2010-014/PRESENTACION%20PROFORMA%202011%20ASAMBLEA/PGE_2011/PGE_archivos/CUADROS_DE%20REPORTES/INSTITUCION_FUENTE_G.pdf)

[014/PRESENTACION%20PROFORMA%202011%20ASAMBLEA/PGE_2011/PGE_archivos/CUADROS_DE%20REPORTES/INSTITUCION_FUENTE_G.pdf](http://finanzas.gob.ec/PRESUPUESTO_2010-014/PRESENTACION%20PROFORMA%202011%20ASAMBLEA/PGE_2011/PGE_archivos/CUADROS_DE%20REPORTES/INSTITUCION_FUENTE_G.pdf)

Recordemos que este valor corresponde al 1.5% de la recaudación, por lo tanto este valor debe ser repartido para los distintos fines que la administración tributaria tiene como: edificios, servicio de alimentación, capacitaciones, sueldos y salarios, etc. Sin embargo este da espacio para la difusión, comunicación y publicidad; este valor representa a penas el 2% aproximadamente del presupuesto general del SRI.

Estos rubros comprenden:

- Difusión, información y publicidad

530202	Fletes y Maniobras	71,337.64	-35,785.05	35,552.59	0.00	34,249.49	34,249.49
530204	Edición Impresión Reproducción y Publicaciones	500,000.00	-173,810.28	326,189.72	0.00	301,903.57	301,903.57
530207	Difusión Información y Publicidad	590,740.00	1,057,405.78	1,648,145.78	0.00	1,635,300.05	1,592,300.05
530208	Servicio de Seguridad y Vigilancia	2,140,671.29	-312,231.73	1,828,439.56	0.00	1,793,764.05	1,793,764.05
530209	Servicio de Aseo	1,095,430.98	-227,160.66	868,270.32	0.00	848,121.72	848,121.72
530299	Otros Servicios Generales	747,554.67	118,043.00	865,597.67	0.00	851,939.72	851,939.72
530301	Pasajes al Interior	1,000,000.00	18,731.29	1,018,731.29	0.00	1,015,283.49	1,015,283.49
530302	Pasajes al Exterior	40,000.00	13,089.24	53,089.24	0.00	45,950.76	45,950.76

- Materiales de Impresión, Reproducción y publicaciones

530805	Materiales de Aseo			22,851.20	-11,027.77		11,823.43
530807	Materiales de Impresión Fotografía Reproducción y Publicaciones			24,985.12	-2,245.55		22,739.57
530899	Otros de Uso y Consumo Corriente			98,129.13	-25,995.47		72,133.66

Plan Estratégico Comunicacional del RISE en la ciudad de Guayaquil

Para la ejecución de nuestro proyecto hemos determinado el siguiente presupuesto:

GASTOS DE COMUNICACION		V.U.	SUBTOTAL	INV. X RUBRO	TOTAL
PRENSA					\$19,480.00
Extra	¼ de página (x3)	\$2,430.00	\$7,290.00	\$10,290.00	
	Insertos (2 o 4 caras)	\$0.15	\$3,000.00		
PP	¼ de página	\$2,230.00	\$6,690.00	\$9,190.00	
	Insertos (2 o 4 caras)	\$0.13	\$2,500.00		
RADIO					\$28,020.00
SuperK800	Menciones (10) x partido	\$2,120.00	\$12,720.00		
Diblu	al mes	\$2,550.00	\$15,300.00		
CAMPAÑA SMS (8 semanas)					\$7,920.56
Costo por mensaje	> 10001	\$0.07	\$700.07		
Código exclusivo	(anual)	\$1,300.00	\$1,300.00		
Integración Via web serv.	(mesual)	\$85.00	\$1,020.00		
MERCHANDISING					\$8,245.00
Plumas	>1000	\$0.65	\$650.00		
Tomatodos	>1000	\$1.85	\$1,850.00		
Stickers	> 3000	\$0.20	\$600.00		
Camisetas	> 500	\$1.55	\$775.00		
Llaveros	> 1000	\$0.87	\$870.00		
Material POP	(material anual)	\$3,500.00			
RRPP					\$10,929.00
Mes del Contrib. RISE	Stand (2)	\$550.00	\$1,100.00	\$1,905.00	
	Sanqueros (2)	\$160.00	\$320.00		
	Banner	\$85.00			
	Mat. Decor.	\$300.00			
	Boletines	\$100.00			
Feria Internacional de Durán	16 mts2 (\$189 x mts2)	\$189.00	\$3,024.00	\$4,824.00	
	Modelos AAA (5 días) x2	\$150.00	\$1,500.00		
	Roll Up (3)	\$100.00	\$300.00		
Gabinetes	(x3)			\$1,500.00	
Ferias gubernamentales	(x3)			\$1,500.00	
Entrevistas (Radio / TV)				\$1,200.00	
VALOR TOTAL DEL PROYECTO					\$74,594.56

Plan Estratégico Comunicacional del RISE en la ciudad de Guayaquil

Conocemos que la evolución de la recaudación del RISE desde su creación en Agosto 2008 a la fecha ha sido la siguiente:

2008	2009					2010					2011
TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	II	IV	TOTAL	TOTAL
40774.70	66518.01	84192.52	107209.35	110703.49	368623.42	150711.37	139088.82	141295.27	154301.02	585396.48	648180.18

Notamos un incremento trimestral correspondiente al 20% aproximadamente.

Se pretende según los objetivos de marketing realizar un incremento porcentual durante el primer año del 10%, lo que correspondería al 2.5% trimestral.

Tomando en consideración que el esfuerzo de marketing debe ser de manera paulatina en cuestión de recaudación ya que se ha realizado un plan basado en la intensificación por varios medios tradicionales como no tradicionales.

Para el cálculo del retorno de la inversión (marketing ROI) debemos tomar en consideración lo siguiente:

- Se tomará como año de referencia el 2010 ya que se pretende implementar el plan en el 2011.
- Se utilizan los años 2009 y 2010 por ser años completos, el 2008 y 2011 no se toman en consideración para el cálculo del retorno sobre la inversión ya que en el primero se instauró el sistema a partir de agosto y el segundo se encuentra en curso.

	FECHA RECAUDACIÓN			
	2008	2009	2010	2011
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
IMPUESTOS	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO	VALOR EFECTIVO
REGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO	40,774.70	368,623.42	585,396.48	648,180.18

- Presupuesto a solicitar: \$74,594,56

Recaudación RISE Guayaquil

2009 368,623,42	2010 585,396,48
---------------------------	---------------------------

58%

Se puede observar un incremento del 58% de año a año.

Contribuyente RISE Inscritos en Guayaquil

2009 9215	2010 9322
--------------	--------------

1%

De la misma manera un incremento del 1% en la participación de contribuyentes.

En teoría podemos decir que el 1% de participación ganada en el 2010 represento el 58% de las contribuciones de RISE en la ciudad de Guayaquil.

Objetivo 1: Incremento del 10% de participación para el año 2011 en el ejercicio de las actividades de mercadotecnia.

Pareto cita que el 20% de los contribuyentes aportan con el 80% de la recaudación.

Bajo este esquema presentamos 3 escenarios:

Ba ued

- Escenario Restringido: 60%
- Escenario Moderado: 70%
- Escenario Optimista: 100%

Escenario Restringido 60% recaudación máxima

2011	
Recaudación 2010	\$585.396,48
(+) 60% (incremento)	<u>351,237,88</u>
Recaudación Estimada	\$ 936.634,36

2011	
Recaudación Estimada	\$ 936,634,36
(-) Gastos de Marketing	<u>- 74.594,56</u>
Utilidad	\$ 862,039,80

Mkt ROI

Utilidad – Inversión
Inversión

351,237,88 - 74.594,56
74.594,56

MKT ROI	3,7
----------------	------------

Escenario Moderado 70%

2011	
Recaudación 2010	\$ 585,396,48
(+) 70% (incremento)	<u>409,777,536</u>
Recaudación Estimada	\$ 995.174,016

2011	
Recaudación Estimada	\$995,174,016
(-) Gastos de Marketing	<u>74,594,56</u>
Utilidad	\$920,579,456

MKT ROI

$$\frac{\text{Utilidad} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}}$$

$$\frac{409,777,53 - 74,594,56}{74,594,56}$$

MKT ROI	4,49
----------------	-------------

Escenario Optimista 100%

2011	
Recaudación 2010	\$ 585,396,48
(+) 100%	<u>585,396,48</u>
Recaudación Estimada	\$1170,792,96

2011	
Recaudación Estimada	\$1170,792,96
(-) Gastos de Marketing	<u>\$74,594.56</u>
Utilidad	\$109,6198,40

MKT ROI

Utilidad - Inversión

Inversión

585,396,48 - 74,594,56

74,594,56

MKT ROI

6,84

Lo ideal es que el indicador al momento de brindar el resultado sea igual o mayor que 1 por lo tanto al brindar un valor positivo no habría inconveniente con el particular por lo tanto el retorno de la inversión en los tres escenarios son completamente favorables, efectivos y rentables.

Tomando en consideración la asignación presupuestaria anual para estos fines nombrados al principio de esta unidad aproximadamente el valor solicitado llegaría al 2.6%.

El valor solicitado es justificado.

CONCLUSIONES

Una vez culminado el proyecto se concluye:

El problema que prima es la falta de cultura tributaria en el país, como consecuencia de un desinterés acarreado desde hace varios años al no informar de manera correcta al contribuyente. Esto provoca que el usuario del servicio no pueda potencializar la variedad de opciones que brinda la institución para el correcto cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

El contribuyente no conoce el destino final de sus impuestos o al menos no puede percibir el costo – beneficio de su carga tributaria, por tal motivo prefieren buscar otras alternativas no legales (defraudación, dolo, etc.) para no asumir responsabilidad tributaria.

Éste, no conoce sus derechos y obligaciones al momento de registrarse en el RUC. Para muchas instituciones, sobre todo las financieras, se solicita el Registro Único de Contribuyentes para poder ser beneficiario de créditos o inclusive en la adquisición de vehículos. El contribuyente al tener la necesidad de obtenerlo acude a las agencias del SRI sin conocer la delicadeza de este documento. De la misma manera sucede para el RISE.

En sus casi 4 años de creado, el Régimen Impositivo Simplificado se ha visto como una alternativa efectiva para pagar impuestos, debido a la reducción de costos indirectos que este genera. Sólo para lo gente que lo conoce y saben hacer uso del mismo, los cuales son pocos.

Muchos contribuyentes del régimen simplificado no saben el correcto uso del documento.

Existe un marketing boca a boca “negativo” sobre esta modalidad, que afecta principalmente a quienes pretender realizar actividades económicas con el estado. Esto se debe a que la misma falta de información por parte del sector público, no concuerda con el mensaje que quiere comunicar el RISE. Se ha llegado a escuchar que funcionarios públicos en el ejercicio de sus funciones indican a los

contribuyentes: “Saque su RUC que RISE no le pedimos”, tomando en consideración que es exactamente lo mismo, solo que el proceso cambia.

El proceso de declaración y pago de impuestos para los guayaquileños es muy difícil, según lo indicado en el estudio. Por lo tanto el beneficio principal de RISE, el cual es la facilidad, no está siendo bien comunicado.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

La mala comunicación se genera desde el mismo sector público, por lo tanto el proceso de capacitación deberá ser realizado inclusive a funcionarios del sector público y privados en los que se solicite el documento.

Mantener una constante y activa participación con las brigadas móviles.

La frecuencia de la campaña deberá ser intensiva en la medida de las posibilidades optimizando los recursos esenciales.

Mantener conjuntamente la marca RISE con la de SRI (marca corporativa).

Mayor organización en las regionales en cuanto a participación en eventos se refiere.

Realizar un estudio de mercado semestral para dar seguimiento al proyecto, en este se deberá determinar la percepción y el reconocimiento de la marca.

BIBLIOGRAFIA

Cultural, S.A. (1999). Dirección de Marketing y Ventas. En S. Cultural, *Dirección de Marketing y Ventas* (pág. 81). Madrid : Cultural, S.A.

Kothler, P., & Armstrong, G. (1991). Fundamentos de Mercadotecnia, 2/E. En P. Kothler, & G. Armstrong, *Fundamentos de Mercadotecnia, 2/E* (págs. 97-98). Naucalpan de Juárez: Prentice Hall Hispanoamerica, S.A.

Thompson, J. W. (2003). *Diccionario J. Walter Thompson: comunicación, marketing y nuevas tecnologías*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales.

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados* (4ª ed.) (pp. 168-169). México: Prentice-Hall.

Lenskold, J. D. (2004). *Marketing ROI* (p. 23). México: McGraw-Hill.

Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. (2002). *Fundamentos de marketing de servicios* (pp. 148-150). México: International Thomson Editores S.A.

Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing: conceptos esenciales* (pp. 28, 35). México: Pearson Educación.

Wikipedia, enciclopedia libre. (3 de Marzo de 2011). Recuperado el 2 de Junio de 2011, de Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_producto

Banco Central de Ecuador. (2011). *Banco Central del Ecuador* . Recuperado el Marzo de 2011, de www.bce.fin.ec:
<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012011.pdf>

Banco de Guayaquil. (2011). *Banco de Guayaquil*. Obtenido de www.bancoguayaquil.com:
<http://www.bancodeguayaquil/bancodelbarrio.com>

Centro de Estudios Fiscales, S. d. (s.f.).

Centro de Estudios Fiscales, S. d. (2011). *Centro de Estudios Fiscales* . Obtenido de cef.sri.gov.ec:
<http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/file.php/1/MaterialCursosVirtuales/ContenidoRUC07.pdf>

CIA World Factbook. (Marzo de 2011). *CIA*. Obtenido de www.cia.gov.com.ec:
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Ericka Ruiz. *Brigadas*. Guayaquil.

Ericka Ruiz. *Ferías RISE*. Guayaquil.

Ericka Ruiz. *Insertos en Prensa Escrita*. *Insertos*. Guayaquil.

Ericka Ruiz. *Material POP*. Guayaquil.

Ericka Ruiz y José Salas. *Ciclo de Vida*. Guayaquil.

Ericka Ruiz y José Salas. (Abril de 2011). Diagrama de Flor. *Diagrama de Flor*. Guayaquil, Guayas: Danny Barbery.

Ericka Ruiz y José Salas. (Abril de 2011). Diagrama Estratégico. *Diagrama Estratégico*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Danny Barbery.

Ericka Ruiz y José Salas. (Abril de 2011). Investigación de Mercado. *Aleatorio Simple*, Guayaquil, Druan, Milagro, Guayas, Ecuador.

Ericka Ruiz y José Salas. (Abril de 2011). Matriz de Roles Y motivos. *Matriz de Roles Y motivos*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Danny Barbery.

Ericka Ruiz y José Salas. (Abril de 2011). Modelo de Implicación FCB. *Modelo de Implicación FCB*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Danny Barbery,.

Ericka Ruiz y José Salas. (Febrero de 2011). Servicio al cliente. *Servicio al Cliente de SRI*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: www.sri.gov.ec.

José Salas. *Cronograma*. Guayaquil.

MCKENSEY. (Abril de 2011). MODELO MCKENSEY. *Modelo E.F.E.- E.F.I. MCKENSEY*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Danny Barbery.

Servicio de Rentas Internas. (2011). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de www.sri.gob.ec:
<http://www.sri.gov.ec/web/guest/67;jsessionid=E044DA35894B79F2A290E2E3C288C294.sriint>

wikipedia. (2011). *wikipedia*. Recuperado el 2011, de www.wikipedia.org:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Inflacion>

wikipedia, w. c. (2011). *Wikipedia*. Obtenido de www.wikipedia.com:
<http://es.wikipedia.org/wiki/PIB>

ANEXOS

HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN (DISEÑO DE ENCUESTAS, GRUPO FOCALES)

FORMATO DE LA ENCUESTA

SEXO	
M	
F	

SECTOR	
Norte	
Centro	
Sur	

1.- ¿En su actividad económica independiente, ofrece ud. productos o servicios?

Productos

Servicios

2.- ¿Entrega ud. comprobantes de pago a sus clientes?

Sí

No

Si su respuesta es Sí, pase a la pregunta 2a, de lo contrario, pase a la pregunta 3.

2a.- ¿Qué tipo de Comprobantes entrega a sus clientes?

Factura

Nota de Venta

Recibo

Liq. De Compra

3.- ¿Sabe ud. si está obligado a llevar Contabilidad?

Sí

No

Si su respuesta es sí, y es ud. Un agente de retención, le agradecemos su Participación en esta encuesta. Si su respuesta es no, continuar a la pregunta 4

4.- ¿Paga ud, impuestos relacionados directamente con su actividad económica?

Sí

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

No

5.- Considera ud. al trámite de pago de impuestos una gestión...

Muy fácil

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Fácil

Difícil

Muy Difícil

¿Por qué?

6a.- ¿Ha escuchado hablar del RISE?

Sí

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

No

Si la respuesta es Sí, pasar a la pregunta 6b; caso contrario, pasar a la pregunta 7

6b.- ¿Por qué medio se enteró ud. de la existencia del RISE?

Diarios

<input type="checkbox"/>

Revistas

Radio

Tv

Internet

B Boca a Boca

Otro

(especifique)

7.- Utilizaría ud. una modalidad de pago de impuestos simple, con varios beneficios para su actividad económica y que no represente largos trámites o gestiones?

Sí

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

No

Si su respuesta es Sí, pase a la pregunta 8, si su respuesta es no, pase a la pregunta 7b.

7b.- Qué motivos o impedimentos tendría ud. Para no participar de una modalidad de pago de impuestos simplificada?

8.- En qué medio de comunicación le gustaría encontrar información sobre beneficios y opciones fáciles del pago de impuestos?

Diarios	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Tv	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Sabe ud. a dónde van sus contribuciones tributarias?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

10.- ¿Conoce ud. los beneficios de ser un contribuyente registrado?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

11.- ¿Accedería a recibir charlas sobre los beneficios del Regimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE, para actividades económicas independientes?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

FORMATO DE GRUPO FOCAL

Descripción breve de las actividades.

¿Es usted un micro empresario?

¿Qué tipo de negocio tiene?

¿Qué tipo de comprobante entrega?

¿Paga impuestos?

¿Cree usted que es necesario pagar impuestos?

¿Conocen donde van las aportaciones de las personas que pagan sus impuestos?

¿Sabe cómo pagar sus impuestos?

¿Al momento de pagar impuestos, cual es su procedimiento?

¿Qué tipo de registro para el contribuyente conoce?

¿Qué tipo de registro tiene? ¿Por qué?

¿Quién intercedió por usted para que tenga ese tipo de registro?

¿Por qué medio se informo?

¿Qué método o medios de comunicación elige para informarse de los derechos y obligaciones del estado?

¿Conocen el trámite vigente que actualmente tiene el SRI?

¿Conocen del RISE? ¿Qué saben de aquello?

¿Les parece complicado el sistema vigente?

¿Conocen los beneficios que tiene el RISE?

¿Una vez conocidos los beneficios del RISE, optaría por ser un contribuyente RISE?

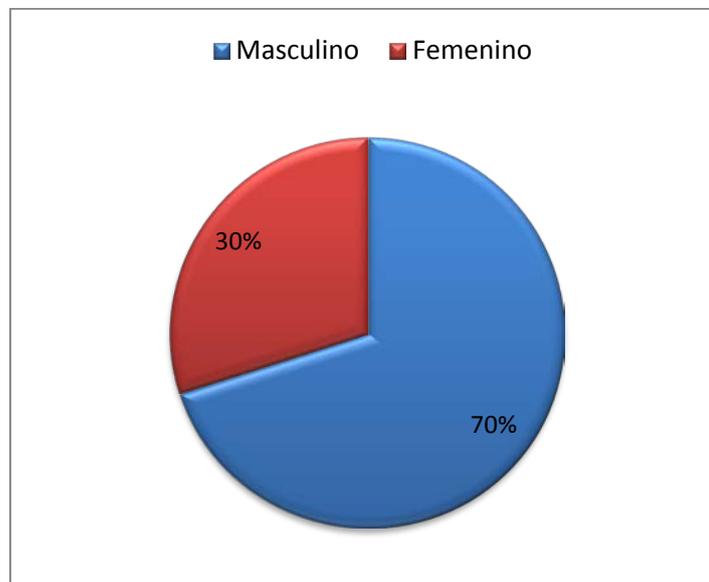
¿Considera ventajoso el sistema del RISE?

¿En caso de suscribirse como nuevo contribuyente RISE que tipos de incentivos, beneficios le gustaría recibir?

¿Qué recomendaciones o sugerencias haría al respecto?

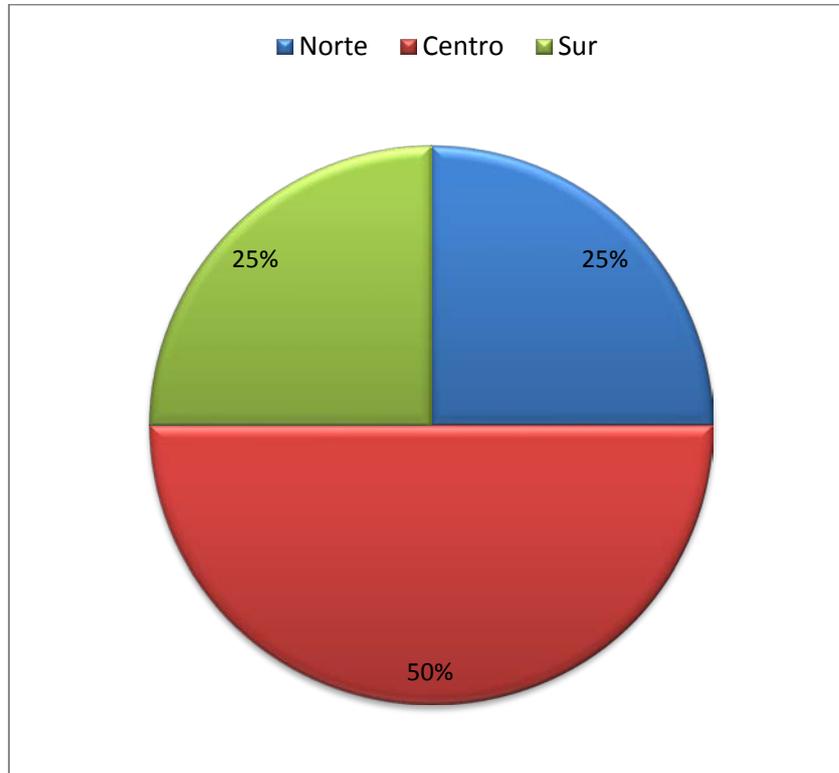
RESULTADOS

Gráfico 46: Genero



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigacion de Mercado, 2011)

Gráfico 47: Sectores

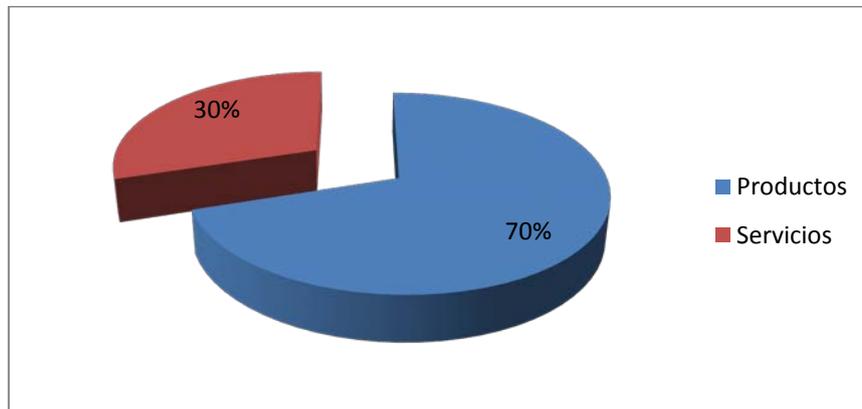


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Calculo Muestral - Aleatorio Simple, 384 encuestas, 30% Femenino y 70% Masculino dividido en zonas predeterminadas según los 3 cantones de la provincia del Guayas con el cual se trabajo Guayaquil, Duran y Milagro dividido entre norte con un 50% centro y sur con un 25% respectivamente, cubriendo los cantones ya mencionados.

¿En su actividad económica independiente, ofrece ud. productos o servicios?

Gráfico 48: Actividad Económica

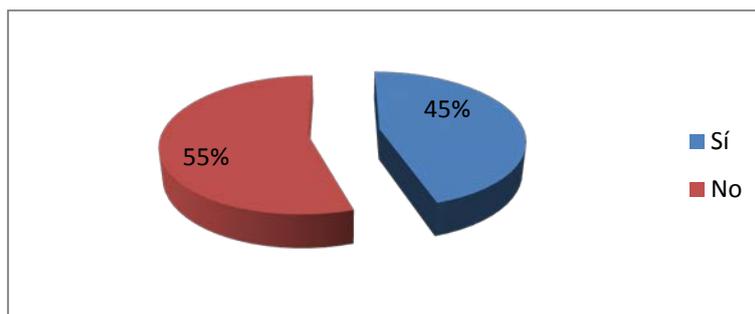


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Según la actividad económica notamos que un 30% oferta netamente servicio en relación al 70% de la venta de productos

¿Entrega ud. comprobantes de pago a sus clientes?

Gráfico 49: Comprobantes de pago

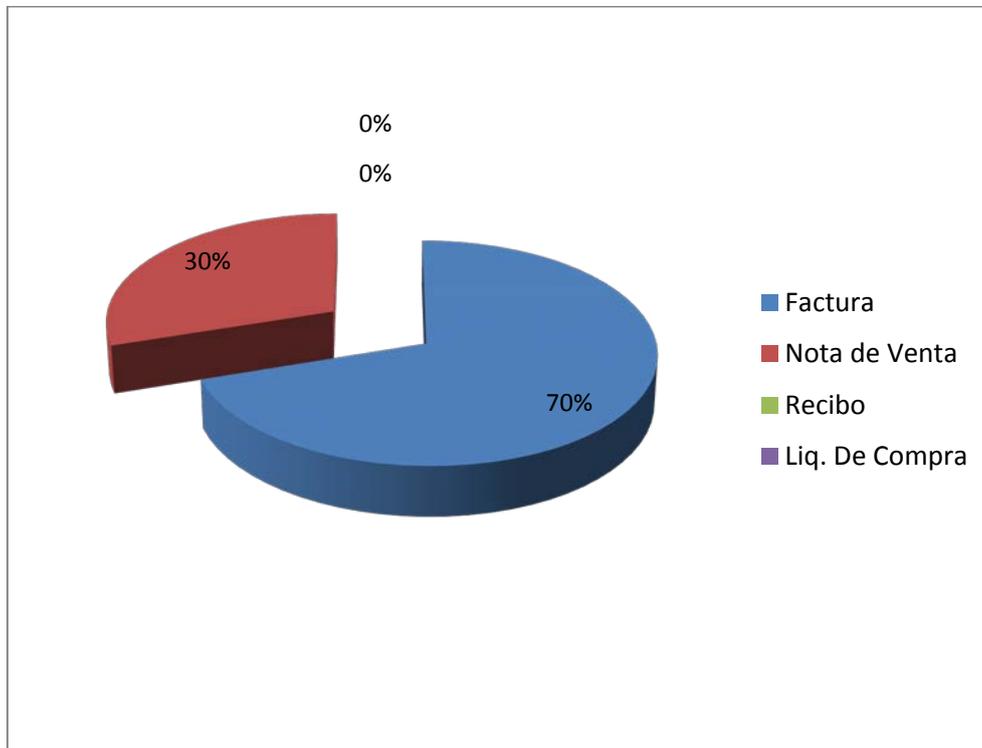


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Podemos notar que un 45% de las personas si entregan comprobantes de pago al momento de vender cualquier tipo de producto.

¿Qué tipo de Comprobantes entrega a sus clientes?

Gráfico 50: Tipo de comprobante

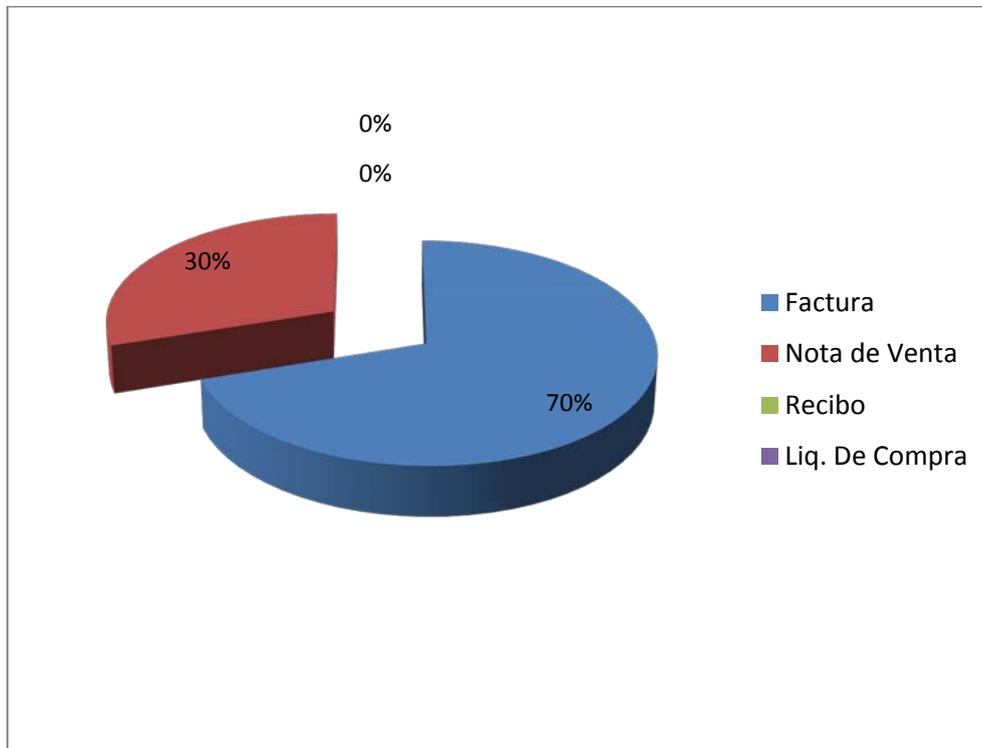


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Tomando en referencia el 45% de las personas que entregan comprobante de pago tenemos que el 30% de las personas encuestadas entregan notas de venta, dado que el 70% de ese mercado prefiere entregar facturas, por seguridad.

¿Sabe ud. si está obligado a llevar Contabilidad?

Gráfico 50: Tipo de comprobante

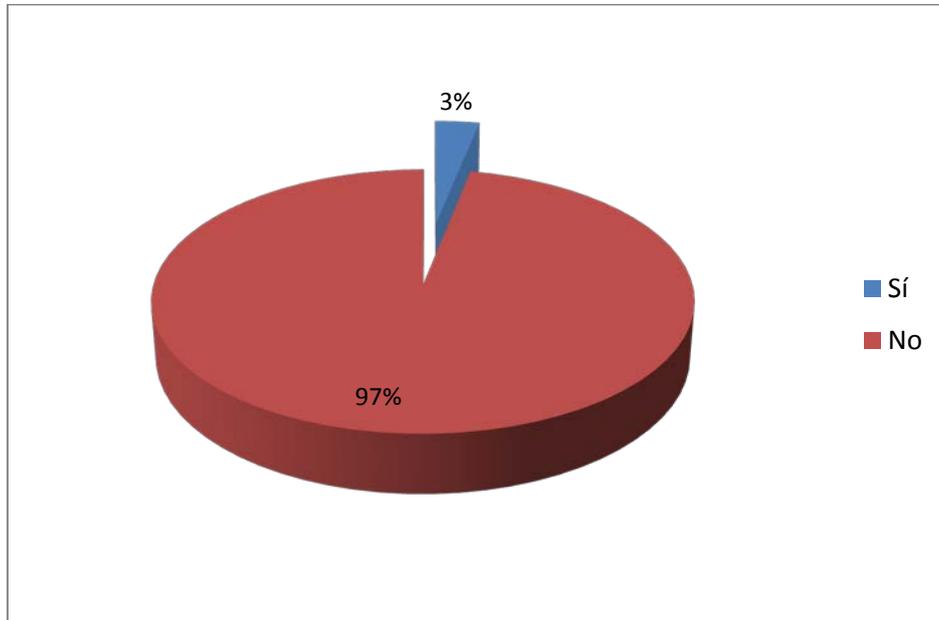


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Tomando en referencia el 45% de las personas que entregan comprobante de pago tenemos que el 30% de las personas encuestadas entregan notas de venta, dado que el 70% de ese mercado prefiere entregar facturas, por seguridad.

¿Sabe ud. si está obligado a llevar Contabilidad?

Gráfico 50: Obligación contable

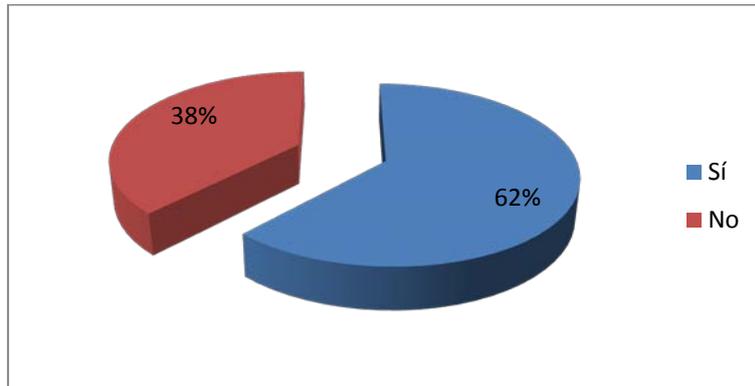


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

El 3% de los encuestados tienen conocimiento y saben que se encuentran obligados a llevar contabilidad, mientras que 97% de las personas no tienen conocimientos si se encuentran o no con la obligación de llevar contabilidad.

¿Paga ud, impuestos relacionados directamente con su actividad económica?

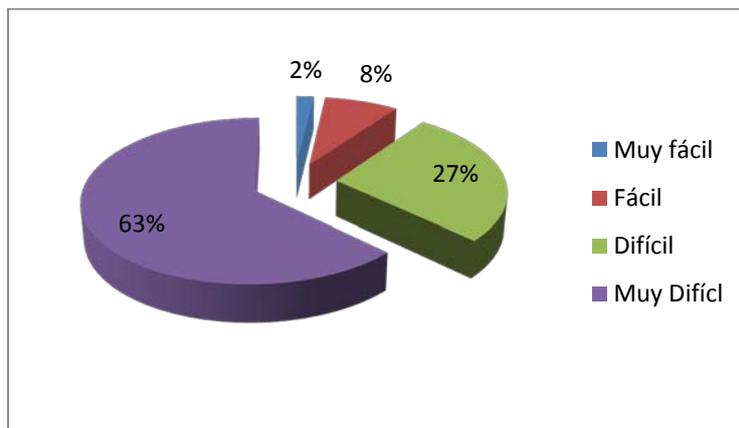
Gráfico 52: Impuestos / Actividad económica



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Considera ud. al trámite de pago de impuestos una gestión...

Gráfico 53: Tramite de pago

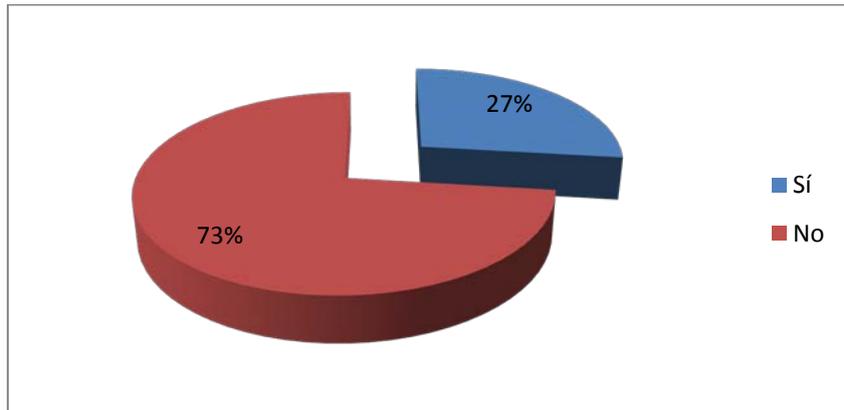


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Podemos determinar que 62% de las personas pagan sus impuestos según su actividad económica, dado que el 63% considera que el trámite es muy fácil al realizar.

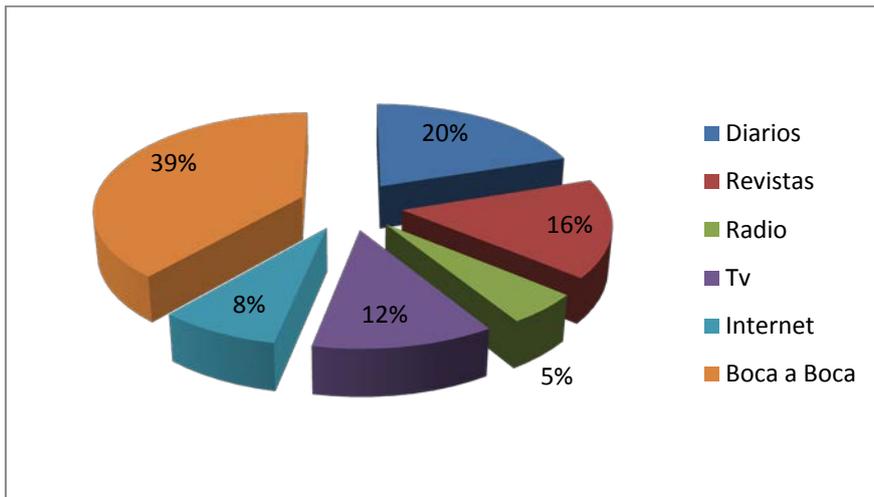
¿Ha escuchado hablar del RISE? / ¿Por qué medio se enteró de la existencia del RISE?

Gráfico 54: Posicionamiento



Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

Gráfico 55: Medios de comunicación

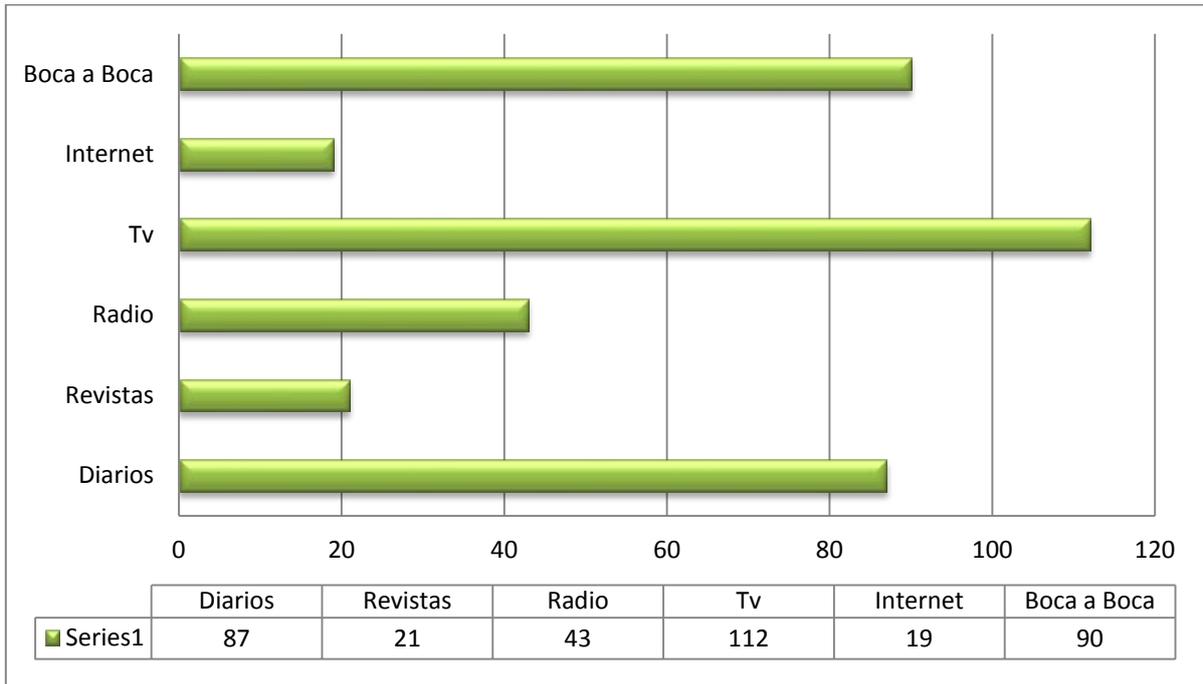


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

El 27% de las personas conocen del RISE ya que llego a ellos por un método no tradicional como es el boca a boca como podemos notar en la grafica nos da un 39%

En qué medio de comunicación le gustaría encontrar información sobre beneficios y opciones fáciles del pago de impuestos?

Gráfico 56: Medios de comunicación de preferencia

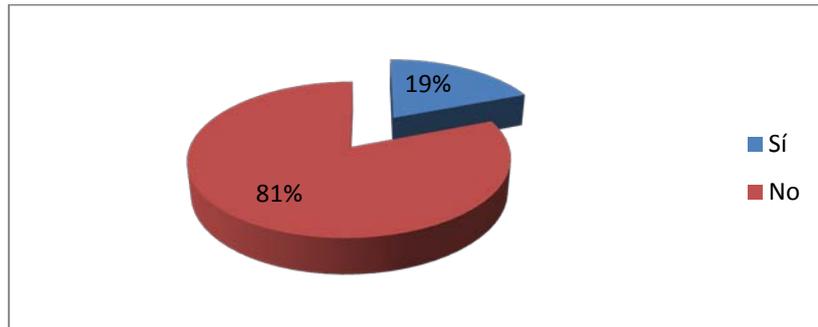


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, Investigación de Mercado, 2011)

Podemos determinar que el contribuyente al momento de informarse tiene como preferencia a los medios tradicionales el 30% (112) de los encuestados se informan por el medio televisivo seguido de la prensa escrita con un 23% (87), podemos hacer un énfasis al 24% de los encuestados que se informan por un medio no tradicional, quizás más personalizado o directo como ellos expresaron, teniendo en cuenta que el estilo de vida de estas personas es tan variable que la información les llega por medio del boca-boca, es donde surgen mayor dudas ya que la información se transgiversa por el poco conocimiento que tienen del nuevo régimen

¿Beneficios de ser un contribuyente registrado? /¿Utilizaría ud. una modalidad de pago de impuestos simple, con varios beneficios?

Gráfico 57: Beneficios del RISE

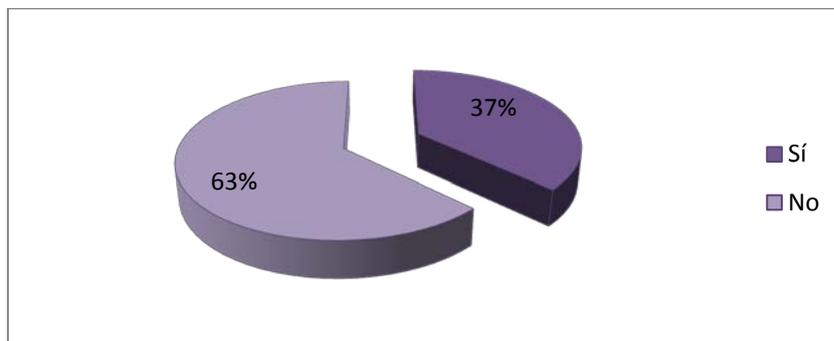


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

El 19% de los encuestados tienen conocimiento de los beneficios que el régimen simplificado brinda a sus contribuyentes. Frente al 81% que no tienen conocimiento pero estarían dispuestos a informarse para saber cómo acceder a este régimen.

¿Sabe ud. a dónde van sus contribuciones tributarias?

Gráfico 58: Contribuciones Tributarias

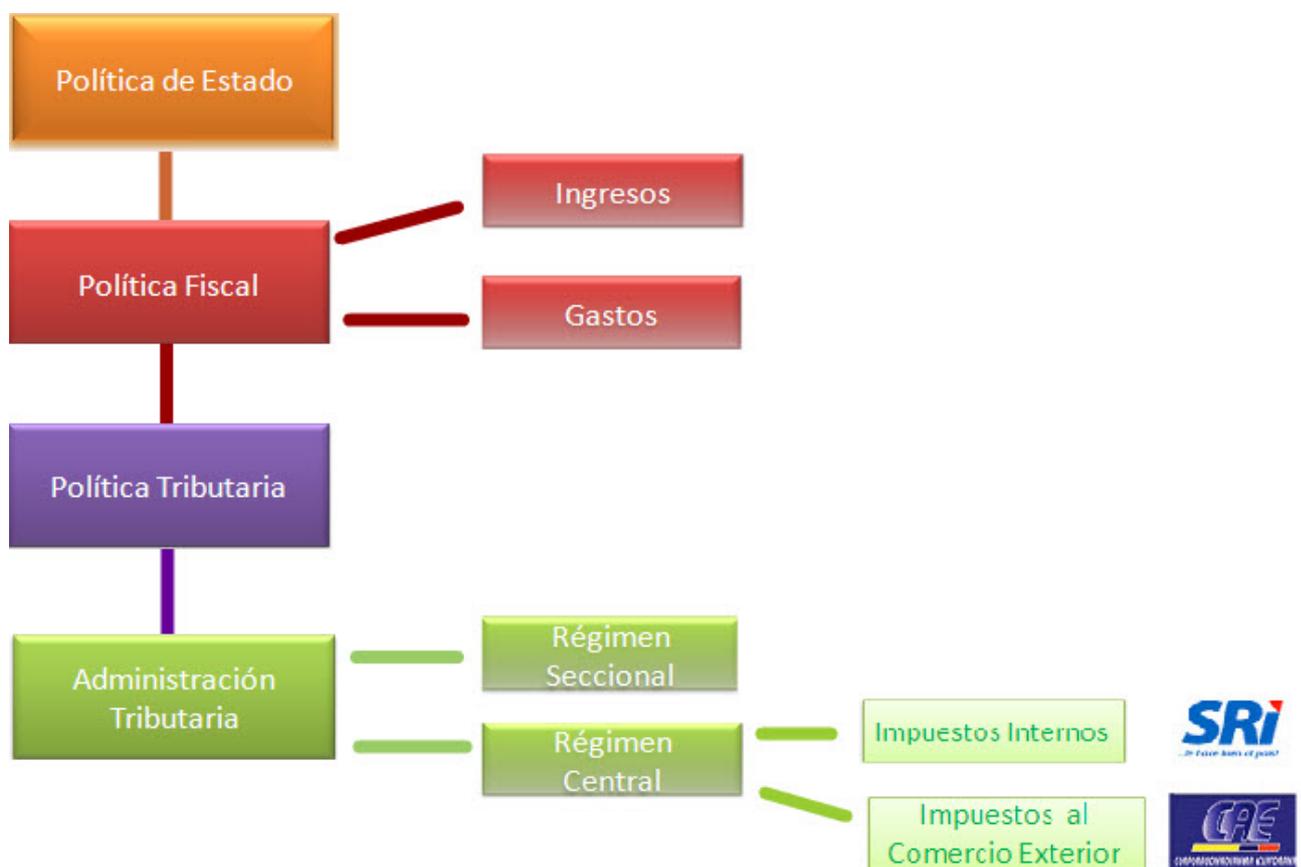


Fuente: (Ericka Ruiz y José Salas, *Investigacion de Mercado*, 2011)

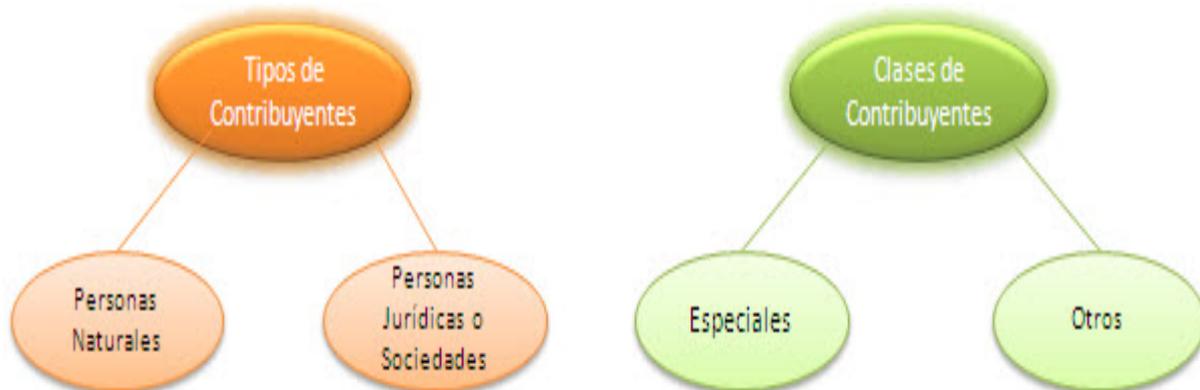
Pocas son las personas que tienen conocimiento de donde va parar su dinero, con la paga de impuestos que realiza solo el 37% de las personas encuestadas no tienen conocimiento de que hace SRI cuando ellos pagan sus impuestos, es por eso el poco interés en muchas personas ya que no ven reflejado lo que ellos pagan.

En Ecuador operan varias Administraciones Tributarias:

- El Servicio de Rentas Internas (SRI) que administra los impuestos internos.
- La Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), que administra los impuestos al comercio exterior; y,
- Los organismos del régimen seccional (Municipios), que administran principalmente tasas y contribuciones especiales;



Los contribuyentes pueden ser segmentados o clasificados de acuerdo a ciertos parámetros que facilitan su control posterior. Por ello, la clasificación actual está en función del **tipo** y de la **clase** de contribuyente, como se ve en los siguientes diagramas:



Todos los contribuyentes inscritos en el RUC deben cumplir con sus obligaciones tributarias, entre ellas, la declaración y pago de los impuestos a la Renta y al Valor Agregado. La legislación ecuatoriana permite a las personas naturales que reúnan ciertas condiciones, acogerse a un Régimen Simplificado que les permite cumplir con sus obligaciones de una manera más simple. Las características de este Régimen se explican en el

Institución Pública

Es toda entidad que teniendo o no personería jurídica, ha sido creada por un acto del poder público para el ejercicio de las competencias gubernativas o de la potestad Estatal, y cuyo financiamiento se lleva a cabo con fondos del erario.

Empresa Pública

Son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.¹

Estructura CIU

Para marzo del 2010, la estructura de la base de datos fue la siguiente:

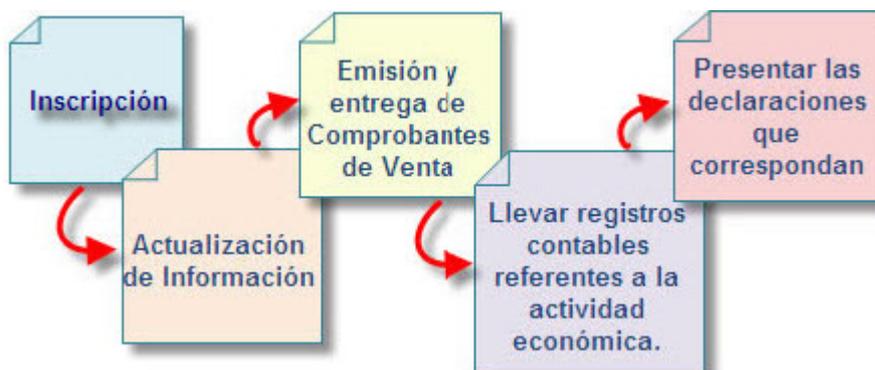
Actividad Económica CIU - Tercera Versión Nivel de Clasificación: Sección			PERSONAS NATURALES			SOCIEDADES		Total
			ESPECIAL	OTROS	RISE	ESPECIAL	OTROS	
A		AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA	57	48.361	96.685	260	10.006	155.369
B		PESCA	14	4.523	1.599	79	3.310	9.525
C		EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	1	1.181	46	103	1.447	2.778
D		INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	46	157.191	11.665	928	14.793	184.623
E		SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		140		52	301	493
F		CONSTRUCCION	4	49.846	3.868	260	10.039	64.017
G		COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.	606	649.754	92.432	1.852	41.480	786.124
H		HOTELES Y RESTAURANTES	9	140.660	13.833	100	2.937	157.539
I		TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.	26	174.188	14.336	277	12.271	201.098
J		INTERMEDIACION FINANCIERA.		2.041		266	8.216	10.523
K		ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.	33	357.489	8.988	463	49.759	416.732
L		ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA		12.562	80	381	7.279	20.302

M		ENSEÑANZA		77.863	677	93	6.886	85.519
N		ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD		50.307	78	108	15.293	65.786
O		OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS	3	131.962	8.866	130	25.812	166.773
P		HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO		14.021	737		7	14.765
Q		ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES		25		2	131	158
Total			799	1.872.114	253.890	5.354	209.967	2.342.124

Segregación por Tipo y Clase de Contribuyente

Corte de la Información.- A Junio 30 2009

Fuente: Servicios Tributarios / Registro Unico de Contribuyentes



Ciclo de los Contribuyentes

Todos los contribuyentes, sin excepción deben cumplir con las siguientes responsabilidades:

Según el Código Tributario Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;

c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,

e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.

4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

El artículo 3 de la Codificación de la Ley del Registro Único de Contribuyentes establece la inscripción obligatoria de la siguiente forma:

Art. 3.- De la inscripción obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras,

que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes...

ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN

Una vez inscrito, es obligación del contribuyente comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro del plazo de **treinta días**, los cambios producidos en la información originalmente presentada.

Básicamente deberán informar cuando se produzcan los siguientes hechos:

- a. Cambios de denominación o razón social
- b. Cambios de la actividad económica
- c. Cambio de domicilio
- d. Transferencia de bienes o derechos a cualquier título
- e. Cese de actividades
- f. Aumento o disminución de capitales
- g. Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios
- h. Cambio de representante legal
- i. Cambio de tipo de empresa
- j. La obtención, extinción o cancelación de beneficios derivados de las leyes de fomento
- k. Cualquier otra modificación que se produjeran respecto a los datos consignados en la solicitud de inscripción.

La actualización de esta información permite al Servicio de Rentas Internas mantener una base de datos depurada y facilita la ejecución posterior de procesos de asistencia, información y control al contribuyente, para que cumpla con sus obligaciones tributarias

LLEVAR REGISTROS CONTABLES REFERENTES A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Es obligación del contribuyente llevar los libros y registros contables relacionados con su actividad económica; deben anotarse todas las transacciones en idioma castellano y en moneda nacional. Estos libros y registros deben conservarse mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

Según el Código Tributario Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

Fecha	Nº de comprobante de Venta	Concepto	Valor	IVA
01/03/2009	001-001-0000876	Venta de 15 perforadoras	45	5,4
02/03/2009	003-001-9876543	Venta de 20 grapadoras	60	7,2

PRESENTAR LAS DECLARACIONES Y ANEXOS / PERSONAS NATURALES

De conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento, no están obligados a presentar la declaración del impuesto a la renta las siguientes personas naturales:

- Aquellas domiciliadas en el exterior, que no tengan representante en el país y que:

- exclusivamente tengan ingresos cuyo Impuesto a la Renta sea retenido en su totalidad, o
- se encuentren exentos del Impuesto a la Renta, como por ejemplo, las personas que no alcanzan la base imponible de este Impuesto.
- Aquellas cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no alcancen a la base imponible para el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas.
- Los trabajadores que perciban ingresos únicamente en relación de dependencia, y cumplan las siguientes características:
- Tienen un solo empleador y no utilizan sus gastos personales para deducir su base imponible de Impuesto a la Renta,
- Tienen un solo empleador y al deducir sus gastos personales, no tienen valores a reliquidar.
- Los contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado, por el tiempo en el que se encuentren dentro de éste.

Todas las demás personas están obligadas a presentar declaración aún cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos.

**Art. 96 Código Tributario.-
Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:**

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

Presentar las declaraciones que

Art. 96 Código Tributario.-Deberes formales.- Son deberes formales de los

contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

d) Presentar las declaraciones que correspondan

CALENDARIO

Noveno dígito del RUC	Fecha de máxima pago
1	10 de cada mes
2	12 de cada mes
3	14 de cada mes
4	16 de cada mes
5	18 de cada mes
6	20 de cada mes
7	22 de cada mes
8	24 de cada mes
9	26 de cada mes
0	28 de cada mes

PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES Y ANEXOS

En las declaraciones mensuales, para personas naturales como para sociedades en general, se aplica lo siguiente:

La declaración y el pago del Impuesto a la Renta se deben realizar desde el primero de febrero del año siguiente hasta las fechas que se detallan a continuación:

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

La presentación de Anexos, debe realizarse según el siguiente calendario:

- **ATS:** Anexo Transaccional Simplificado
- **REOC:** Anexo de Retenciones por otros conceptos
- **RDEP:** Anexo de Retenciones bajo relación de dependencia

FORMAS DE PAGO DE LOS IMPUESTOS

FORMAS DE REALIZAR LAS DECLARACIONES.

Ya sea vía web o por medio de formularios.

DIMM



FORMULARIOS



FORMAS DE PAGO DE LOS IMPUESTOS

- A través de un convenio de débito automático con una institución bancaria.
- A través de cajeros automáticos, ventanillas de extensión, *call center*, tarjetas de crédito y otros servicios de las instituciones bancarias.
- Mediante notas de crédito o compensaciones.

La gente, en un inicio, no confiaba en realizar sus declaraciones por Internet; sin embargo, hoy en día, aproximadamente el 80% de los contribuyentes utiliza esta herramienta.

Tasa de interés por mora tributaria

De acuerdo con lo previsto en el artículo 21 del Código Tributario Codificado y en el artículo 1 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, en los que se establece que el interés anual por obligación tributaria no satisfecha equivaldrá a 1.5 veces la tasa activa referencial para noventa días determinada por el Banco Central del Ecuador, la tasa mensual de interés por mora tributaria a aplicarse en el período Octubre - Diciembre de 2010 es la siguiente:

- **Período de vigencia:** 01 de Octubre de 2010 - 31 de Diciembre de 2010
- **Tasa:** 1,130%

Adicionalmente se adjunta un histórico de las tasas vigentes en trimestres anteriores:

TRIMESTRE	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Enero - Marzo	1,171	1,026	0,736	0,824	0,904	1,340	1,143	1,149
Abril - Junio	1,089	0,994	0,825	0,816	0,860	1,304	1,155	1,151
Julio - Septiembre	1,115	0,931	0,814	0,780	0,824	1,199	1,155	1,128
Octubre - Diciembre	1,035	0,885	0,712	0,804	0,992	1,164	1,144	1,130

BRECHAS TRIBUTARIAS

Entre los deberes formales que deben cumplir los agentes económicos en el país, están: **inscribirse** en los registros pertinentes proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad **y comunicar oportunamente los cambios que se operen.**

Las diferencias entre lo que debe ser y lo que realmente sucede, toma el nombre de **Brecha Tributaria**.

Estas brechas pueden ser:

- **Brecha de inscripción**, refleja la falta de identificación y ubicación de los contribuyentes
- **Brecha de presentación** de declaraciones, representa el incumplimiento en la obligación de presentación de formularios de declaración de impuestos.
- **Brecha de veracidad** entre la información declarada por los contribuyentes y su realidad económica.
- **Brecha de pago** del impuesto resultante de las liquidaciones producidas y no canceladas.

El Servicio de Rentas Internas depuró el catastro del Registro Único de Contribuyentes, dando de baja a 366.444 registros, conforme a los lineamientos establecidos en la Resolución No. NAC-DGERCGC10-00276 publicada en el Registro Oficial No. 223 del 28 de junio del 2010.

Cabe acotar que las obligaciones tributarias del sujeto pasivo, sea como contribuyente o responsable, únicamente pueden ser extinguidas por los modos descritos en el artículo 37 del Código Tributario y no se extinguen por la suspensión o cancelación del RUC.

CASOS ADICIONALES

Casos Especiales	Documentos requeridos
Refugiados 	<p>Copia de la credencial entregada por el Ministerio de Relaciones Exteriores.</p> <p>Para el caso de inscripción de refugiados es necesario adjuntar la credencial otorgada por el Ministerio de Relaciones Exteriores.</p>
Artesanos 	<p>Copia de la calificación artesanal emitida por la Junta Nacional del Artesano o el MICIP.</p>
Contadores 	<p>Copia del título o carné del colegio profesional respectivo.</p> <p>Para aquellos que trabajen en relación de dependencia, deberán presentar un documento que lo certifique. La carta que presente el contador en la que indique que está bajo relación de dependencia puede estar suscrita por el Representante Legal o por el responsable de Recursos Humanos.</p>
Profesionales 	<p>Copia del título universitario o copia del carné otorgado por el respectivo colegio profesional, o copia de la cédula de identidad en la que conste la profesión.</p>
Actividades Educativas 	<p>Copia del Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.</p>
Agentes afianzados de aduanas 	<p>Copia del documento expedido por la CAE en el cual se autoriza dicha actividad.</p>
Notarios y Registradores de la propiedad y mercantiles 	<p>Copia del nombramiento otorgado por El Consejo Nacional de la Judicatura para el caso de notarios y de las Cortes Provinciales de Justicia en caso de los registradores de la propiedad.</p>
Miembros de Juntas Parroquiales 	<p>Copia del nombramiento otorgado por el Consejo Nacional Electoral.</p>
Actividad Máquina traga monedas 	<p>Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo.</p>
Menores de edad emancipados 	<p>Una carta firmada por los padres o tutores en la cual se autoriza la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, a la que se adjuntará copia de la cédula de identidad o ciudadanía del padre o tutor.</p>