

COMPORTAMIENTO DE LOS CONTRIBUYENTES Y SU CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL CANTÓN RIOBAMBA-CHIMBORAZO, 2023

Jhonny Coronel Sánchez

✉ jcoronel@unach.edu.ec

Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador

Darwin Guillin Urquizo

✉ guillinmargareth17@gmail.com

Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador

Darwin Paredes Guamán

✉ alexisparedes691369@gmail.com

Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador

RESUMEN

El comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento tributario es una problemática que puede impactar negativamente en el desarrollo del estado ecuatoriano, y a la vez causar un desequilibrio en la cultura tributaria, puesto que la recaudación de impuestos es fundamental para cubrir sus gastos y otras responsabilidades primordiales en el país. Por lo tanto, esta investigación tuvo como objetivo evaluar el comportamiento de los contribuyentes y su cumplimiento de las obligaciones tributarias en el cantón Riobamba, Chimborazo, en el 2023. Además, se buscó determinar los factores que influyen en dicho comportamiento e identificar la importancia de la recaudación tributaria. Para ello, se utilizaron técnicas de recolección de datos, aplicándose 373 encuestas a contribuyentes registrados con estado activo, en régimen general y especial, tanto obligados como no obligados, y con establecimientos abiertos, con el fin de cumplir con todos los objetivos de la investigación. También se realizaron entrevistas a 7 profesionales especializados en el ámbito tributario para validar los resultados obtenidos. Los resultados revelaron que existe una falta de preocupación por parte de los contribuyentes, quienes tienden a esperar que las entidades de control se encarguen de su preparación y no se informan ni concientizan sobre sus obligaciones tributarias.

Palabras clave: Comportamiento tributario, Obligaciones fiscales, Contribuyente, Recaudación fiscal.

ABSTRACT

The behavior of taxpayers regarding tax compliance is a problem that can negatively impact the development of the Ecuadorian state, and at the same time cause an imbalance in the tax culture, since tax collection is essential to cover their expenses and other primary responsibilities in the country. Therefore, this research aimed to evaluate the behavior of taxpayers and their compliance with tax obligations in the Riobamba canton, Chimborazo, in 2023. In addition, it sought to determine the factors that influence said behavior and identify the importance of tax collection. To this end, data collection techniques were used, applying 373 surveys to registered taxpayers with active status, in general and special regime, both obligated and non-obligated, and with open establishments, in order to meet all the objectives of the research. Interviews were also carried out with 7 professionals specialized in the tax field to validate the results obtained. The results revealed that there is a lack of concern on the part of taxpayers, who tend to expect control entities to be in charge of their preparation and are not informed or aware of their tax obligations.

Keywords: Tax behavior, Tax obligations, Taxpayer, Tax collection

Fecha recepción: marzo 2024
Fecha aceptación: junio 2024

1. INTRODUCCIÓN

En el Presupuesto General del Ecuador, la cuenta de ingresos, está formada alrededor del 72% de los tributos, según el registro oficial número 145 aprobado por la Asamblea Nacional, publicado el 13 de diciembre 2017, donde la recaudación de los mismos es de vital importancia y el ente regulador cumple aquella función de cobranza ya que existen empresas que irrespetan la normativa tributaria, evaden impuestos, utilizan comprobantes de venta de empresas fantasmas.

En la actualidad, la cultura tributaria es una temática de gran incidencia a nivel nacional, es así que el Código Tributario (2018) establece en el art. 97 que el incumplimiento de deberes formales acarreará responsabilidad pecuniaria para el sujeto pasivo de la obligación tributaria, sea persona natural o jurídica, sin perjuicio de las demás responsabilidades a que hubiere lugar.

Es por ello que surge la necesidad de analizar el comportamiento de los contribuyentes y su cumplimiento de obligaciones tributarias, según Matta Salinas, Vergara Forigua, Escobar Rodríguez, & Roque (2021) los tributos no se deben percibir como un aspecto negativo, al contrario, se debe concientizar a los contribuyentes, que los impuestos o tributos son un elemento esencial y de efecto positivo dentro de la sociedad que permite la generación de nuevas estrategias impulsadas por el gobierno para fomentar diferentes obras públicas y sociales entre ellas la consolidación del pequeño sector empresarial y el desarrollo de un país.

Además, asegura que los contribuyentes deben cumplir con su obligación de manera voluntaria sin necesidad de utilizar la coerción como método estatal y además los contribuyentes deben conocer en realidad los impuestos que están pagando y los beneficios que tienen al realizar el pago de estos tributos, de tal manera que perciban la importancia que tiene el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Por tal razón la presente investigación tiene como objetivo identificar el comportamiento de los contribuyentes y su cumplimiento de obligaciones tributarias en el cantón Riobamba - Chimborazo, además busca determinar los factores que influyen en el comportamiento e identificar la importancia del nivel de recaudación que tienen las obligaciones tributarias de los contribuyentes registrados en el cantón Riobamba.

Base teórica

Tributación.- Según Westreicher (2020), la tributación es la acción de pagar las obligaciones contraídas con el fisco, o también puede referirse al esquema, régimen o sistema tributario vigente en un país, puede referirse al acto de pagar tributos, así como al marco jurídico al que están sujetos los contribuyentes en una nación en lo referente a sus deberes con la entidad recaudadora.

Obligación tributaria. - El Art. 15 del (CODIGO TRIBUTARIO, 2015).define a la obligación tributaria como: 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.

Impuestos.- Los impuestos son uno de los instrumentos de mayor importancia de los ingresos fiscales que sirven para promover el desarrollo económico y social, sobre todo debido a que estos pueden influir en los niveles de asignación del ingreso entre la población, ya sea mediante un determinado nivel de tributación entre los distintos estratos o, a través del gasto social, el cual depende en gran medida del nivel de recaudación logrado (Arriaga Baidal, Reyes Tomalá, Olives Maldonado, & Solórzano Méndez, 2018).

Contribuyente. - El Art. 25 del Código Tributario define al contribuyente como:

Contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas (Corporación de Estudios y Publicaciones, 2018).

Comportamiento tributario. - Se entiende como comportamiento tributario a la manera en que se lleva a cabo el cumplimiento de las obligaciones tributarias, como son: declaraciones, facturación, pagos y entrega de información de manera oportuna, de reportes financieros, declaraciones y anexos por parte de los contribuyentes (Obregón Angulo & Tamez Garza, 2020).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue del tipo documental, ya que tuvo la tarea de seleccionar y recopilar la información necesaria que

fue de gran utilidad para obtener un fundamento teórico a través de la revisión de documentos, revistas y material que sustentan su respectiva bibliografía. También fue de campo, ya que se considera como tal, puesto que se aplicó encuestas a los contribuyentes seleccionados, además que este método de recolección de datos cualitativos va encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural.

Se implementó el diseño de una investigación no experimental debido a que no se controlaron ni manipularon las variables del estudio. Para desarrollar la investigación, los autores observan los fenómenos a emattastudiar en su ambiente natural, obteniendo los datos directamente para analizarlos posteriormente.

La recolección de los datos se orientó a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas y no se inicia con instrumentos preestablecidos, sino que el investigador comienza a aprender por observación y descripciones de los participantes y concibe formas para registrar los datos que se van refinando conforme avanza la investigación.

La población con la que se trabajó fueron 12.321 contribuyentes registrados el catastro del Servicio de Rentas Internas, con su estado activo, régimen general y especial, que sean personas naturales tanto obligados como no obligados a llevar contabilidad, con su estado de establecimiento abierto o cerrado.

La muestra con la que se trabajó en esta investigación fue de 373 contribuyentes registrados con su estado activo, régimen

general y que sean personas naturales en el Cantón Riobamba.

Se aplicó la técnica de la encuesta a través del instrumento del cuestionario a la muestra determinada, con la finalidad de recopilar datos, que ayuden al desarrollo de la investigación.

Además, se obtuvo información profesional más profunda acerca de la problemática que se va a investigar, con la aplicación de entrevistas que fueron dirigidas a 7 profesionales en tributación.

Finalmente, la observación directa fue utilizada como guía a lo largo de la entrevista para asegurarse de que se tratan todos los temas y preguntas pertinentes. Con la finalidad de visitar el centro de atención del Servicio de Rentas Internas y observar cómo es la relación entre los funcionarios y la comunidad.

3. RESULTADOS

Tiempo que lleva el negocio

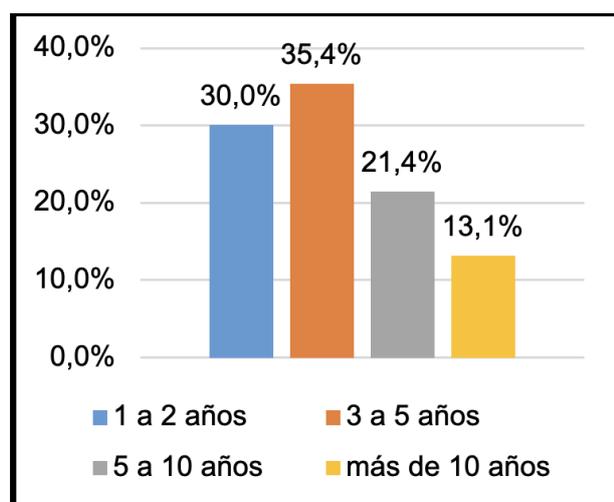


Gráfico 1
Temporalidad de establecimiento
Nota: El Gráfico indica el número de establecimiento agrupados por rangos de temporalidad en años, de contribuyentes registrados en el cantón Riobamba periodo 2023.

El rango de tiempo con más frecuencia que tienen los negocios en este estudio realizado es de 3 a 5 años, con un 35.4%, mientras que el 30% tienen de 1 a 2 años de antigüedad, el 21.4% presentan un periodo de 5 a 10 años y finalmente el 13.1% presenta un periodo de tiempo de más de 10 años.

PERSONAS CON UN RUC

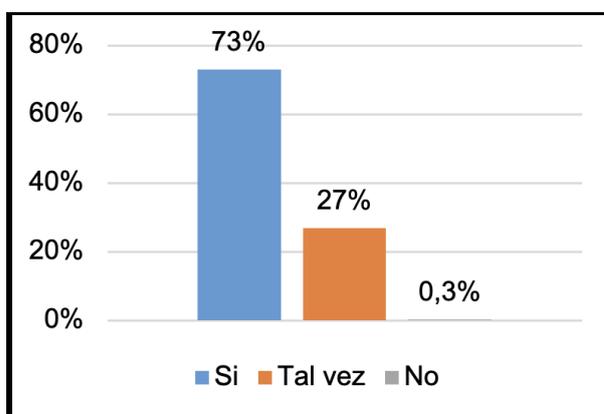


Gráfico 2
Conocimiento del estado de su RUC ante el SRI
Nota: El gráfico muestra la respuesta de los contribuyentes encuestados, respecto de su conocimiento del estado de su RUC, cantón Riobamba periodo 2023.

El 73% son los contribuyentes que cuentan con un RUC activo y totalmente reconocido por el SRI, el 27% tienen RUC, pero no están al tanto de su actividad y el 0.3% asegura que no tenga un RUC activo.

CONOCIMIENTO GENERAL DE LAS OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES

El 73.5% de los contribuyentes encuestados, tiene conocimiento general acerca de las obligaciones y responsabilidades, sin embargo, el 23% de los encuestados aseguran que no están conscientes de las obligaciones y responsabilidades demostrando el desinterés frente al tema

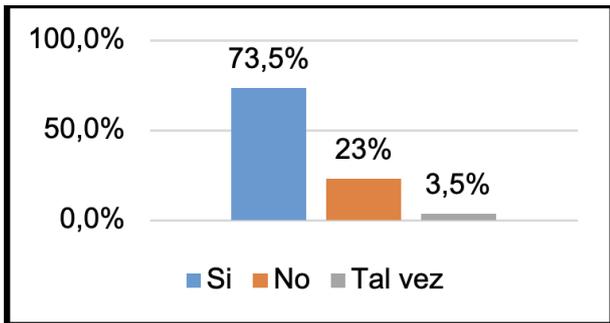


Gráfico 3

Conocimiento del contribuyente de obligaciones y responsabilidades tributarias

Nota. El gráfico indica el conocimiento de los contribuyentes respecto de sus responsabilidades ante el SRI, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

y finalmente el 3.5% de los contribuyentes encuestados no tienen la seguridad de estar conscientes frente a las obligaciones y responsabilidades.

CONOCIMIENTO DE LA ÚLTIMA REFORMA TRIBUTARIA Y SUS CAMBIOS

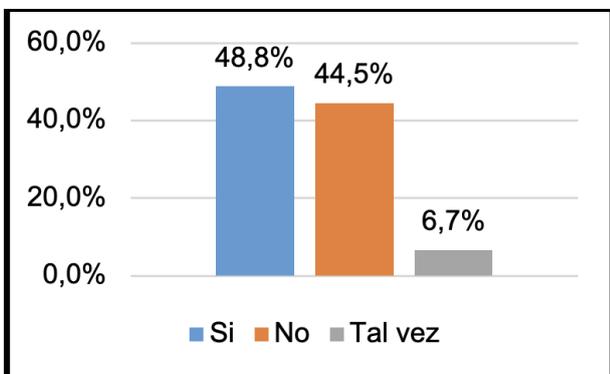


Gráfico 4

Conocimiento de la última reforma tributaria

Nota. El gráfico indica el número de contribuyentes que conocen los cambios que se han realizado a la última reforma tributaria, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 48.8% presentan conocimiento de la última reforma tributaria y los cambios que trajo consigo, mientras que el 44.5% de los encuestados aseguran no tener conocimiento de la misma y finalmente el 6.7% cree saber algo acerca de la última reforma tributaria y sus cambios.

CONOCIMIENTO DE LAS SANCIONES QUE PUEDE INCURRIR LA FALTA DE LA NORMA

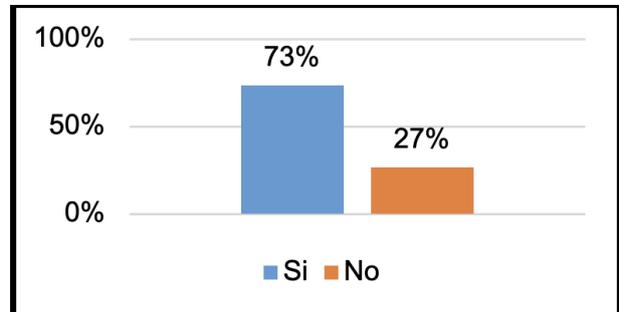


Gráfico 5

Conocimiento de las sanciones aplicables

Nota. El gráfico muestra la cantidad de contribuyentes que conocen de las sanciones aplicables en caso de incurrir en incumplimiento y evasión de impuestos

El 73% de los encuestados aseguran estar conscientes de las sanciones a las cuales se puede incurrir por no presentar ni pagar los impuestos correspondientes en el tiempo indicado, por otro lado, el 27% asegura que no están conscientes de las sanciones que incurren en las misma.

RAZONES DEL DESCONOCIMIENTO

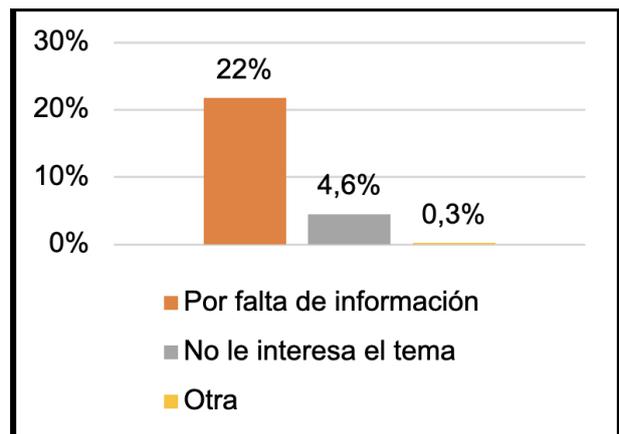


Gráfico 6 Razones del desconocimiento

Nota. El gráfico muestra las principales causas del desconocimiento de las sanciones aplicables en caso de incurrir en incumplimiento y evasión de impuestos de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

Del 27% de los encuestados, respondió que no tienen conocimiento de las sanciones a las cuales puede incurrir por no presentar ni pagar los impuestos correspondientes en el tiempo indicado, el 22% de los encuestados asegura que es por falta de información, mientras que el 4.6% de los contribuyentes encuestados respondió que no les interesa el tema y finalmente un 0.3% que es por otra razón, como la dependencia de un profesional que se encarga de ello.

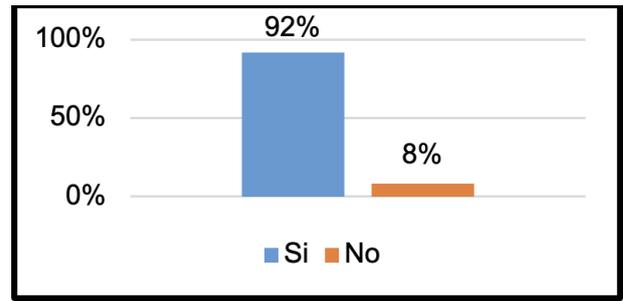


Gráfico 8

Casos de declaración y pago puntual de impuestos
 Nota. El gráfico indica el número de contribuyentes que pagan y declaran sus impuestos de forma puntual, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

CALIFICACIÓN AL SISTEMA DE RECAUDO

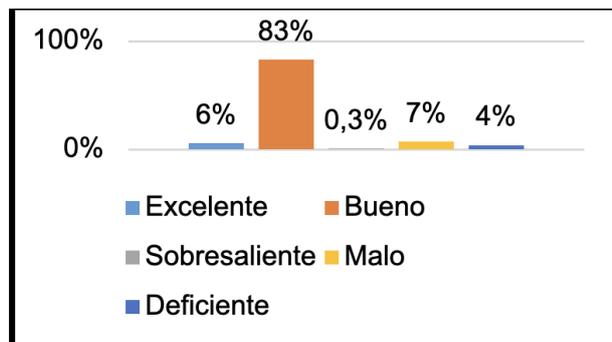


Gráfico 7

Percepción del recaudo de impuestos
 Nota. El gráfico indica la percepción de los contribuyentes, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023

El 83% de los contribuyentes aseguran que el proceso de recaudación de impuestos es bueno, mientras que el 7% de los encuestados aseguran que es malo, el 6% precisa que es excelente, en contraste el 4% dice que el sistema es deficiente y finalmente el 0.3% asegura que el sistema de recaudación es sobresaliente.

PUNTUALIDAD DE PAGO DE IMPUESTOS

El 92% de los contribuyentes aseguran que declaran y pagan puntualmente sus impuestos, en contraste, el 8% de los

encuestados aseguran que no declaran, ni pagan puntualmente sus impuestos.

ASESORÍA TÉCNICA EN LAS DECLARACIONES

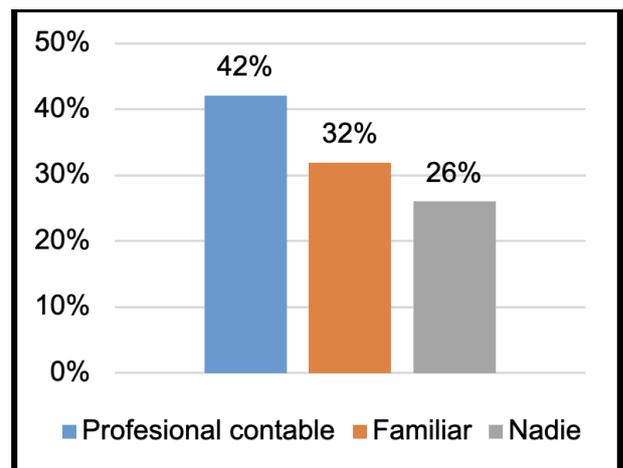


Gráfico 9 Asesoramiento para la

Asesoramiento para la elaboración de sus declaraciones y pago de impuestos

Nota. El gráfico muestra las opciones de asesoramiento a la cual acceden los contribuyentes, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 42% de los contribuyentes respondieron que es un profesional contable quien le brinda ayuda en la declaración y pago de sus impuestos, mientras que el 32% asegura que es un familiar quien le brinda la ayuda en la declaración y finalmente el 26% asegura que nadie le brinda ayuda al momento de declarar y pagar sus impuestos.

PROBLEMAS O DIFICULTADES PARA DECLARAR

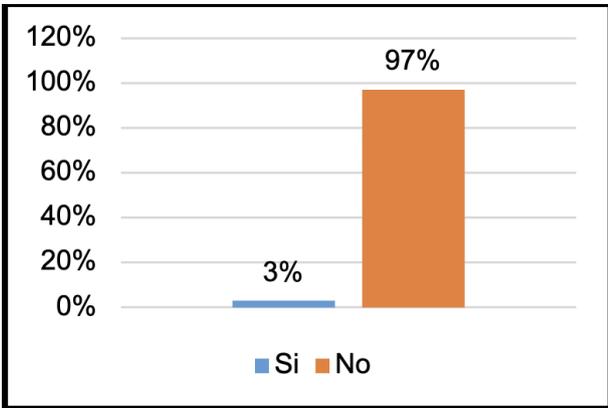


Gráfico 10 Presencia de problemas
 Presencia de problemas para la realización del cálculo, declaración y pago de impuestos.
 Nota. El gráfico muestra la existencia de problemas que se presenten para los contribuyentes en el cálculo, declaración y pago de los impuestos, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 97% de los contribuyentes aseguran que no existen problemas en el cálculo, declaración y pago de sus impuestos y el 3% del total de los encuestados han tenido problemas en los últimos tiempos en el cálculo, declaración y pago de sus impuestos.

ASESORAMIENTO POR PARTE DEL SRI

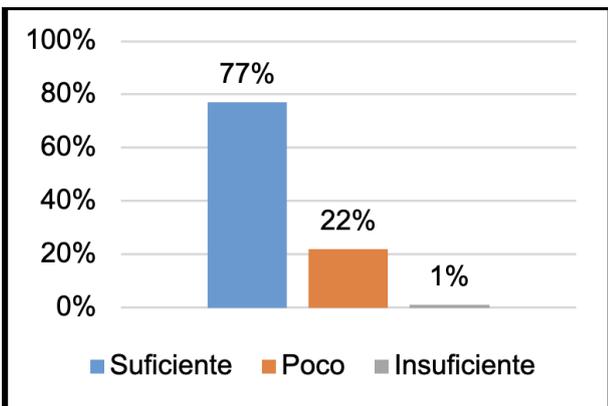


Gráfico 11 Percepción respecto del
 Percepción respecto del asesoramiento contable facilitado por del SRI
 Nota. El gráfico muestra la percepción de los contribuyentes respecto del servicio de asesoramiento que facilita el SRI, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 77% ha calificado como suficiente el asesoramiento contable por parte del SRI, mientras que el 22% lo califica como poco y finalmente el 1% de los encuestados lo consideran insuficiente al asesoramiento contable por parte del SRI.

DIFICULTADES QUE MÁS AQUEJAN A LOS CONTRIBUYENTES AL MOMENTO DE DECLARAR

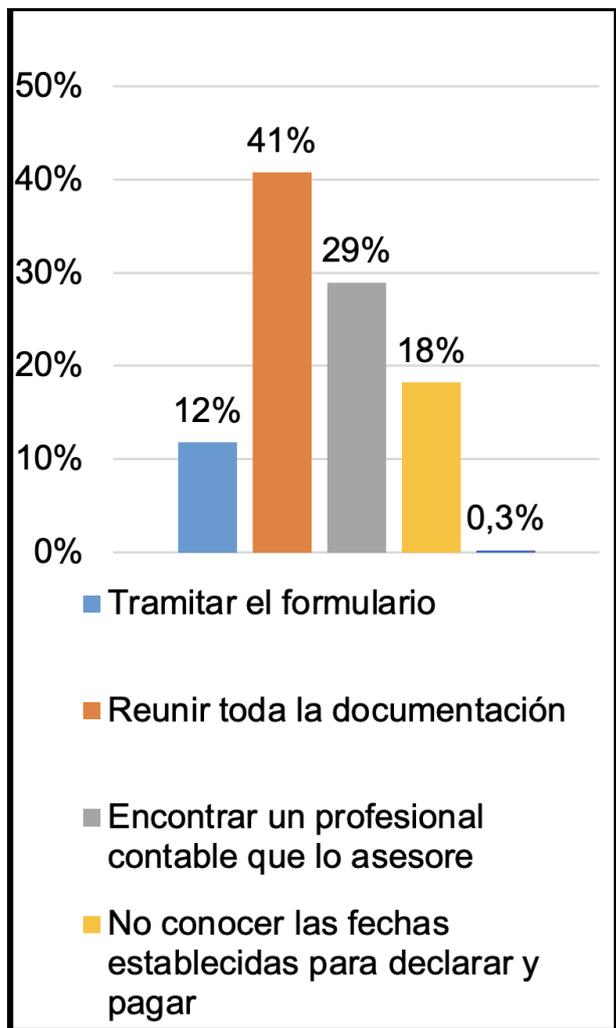


Gráfico 12 Dificultades para los
 Dificultades para los contribuyentes al momento de declarar o pagar sus impuestos
 Nota. El gráfico presenta las principales dificultades que se presentan para los contribuyentes al momento de declarar o pagar sus impuestos, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 41% asegura que las dificultades que

más aquejan al momento de declarar o pagar sus impuestos es reunir toda la documentación, mientras que el 29% asegura que lo que más les dificulta es encontrar un profesional contable que lo asesore, por otro lado el 18% de los encuestados asegura no conocer las fechas establecidas para declarar y pagar, mientras que el 12% dice que se le dificulta tramitar el formulario y finalmente el 0.3% asegura que es otra razón como la realización de las declaraciones.

RAZONES DE LA INFORMALIDAD DE LOS NEGOCIOS

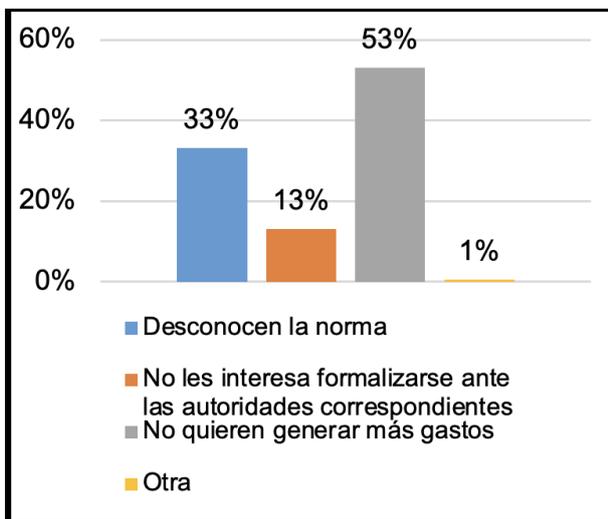


Gráfico 13 Por qué considera que las e Por qué considera que las personas que inician un negocio no se formalizan como contribuyentes ni pagan impuesto

Nota. El gráfico muestra las consideraciones de los contribuyentes respecto del porque las personas no se formalizan como contribuyentes ni pagan sus impuestos, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 53% de los contribuyentes aseguran que la razón por la que las personas que inician un negocio no se formalizan ni pagan impuestos es porque no quieren generar más gastos, mientras que el 33% asegura

que es porque desconocen de la norma, en contraste, el 13% asegura que no les

interesa formalizarse ante las autoridades correspondientes.

ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS POR PARTE DEL ESTADO

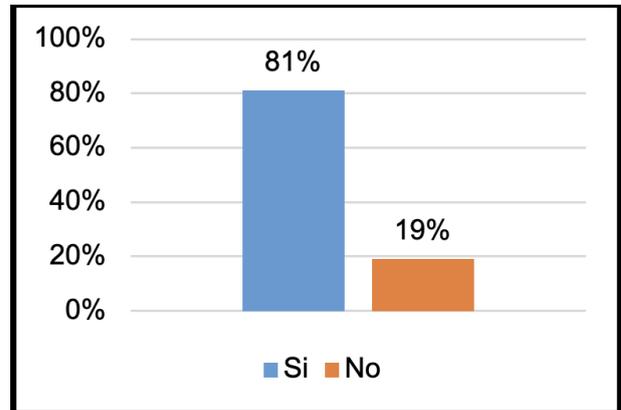


Gráfico 14 Percepción sobre l Percepción sobre la administración de los recursos recaudados

Nota. El gráfico presenta la percepción de los contribuyentes sobre la administración de los recursos recaudados por el SRI, de acuerdo a la encuesta aplicada, cantón Riobamba periodo 2023.

El 81% está de acuerdo que los recursos por concepto de impuestos son bien administrados por el estado mientras que el 19% no está de acuerdo con el uso de los recursos por conceptos de impuestos administrados por el estado, además de estar en negación, aseguran que en su mayoría es por corrupción.

A continuación, se presenta los factores que inciden en el cumplimiento tributario según los encuestados:

De un total de 373 contribuyentes, fueron 17 que respondieron que uno de esos factores es la falta de interés siendo un 4.6% de la muestra, 44 contribuyentes aseguran que el factor es el problema para tramitar la declaración siendo un 12% de la muestra, 81 contribuyentes respondieron que es la falta de información que incide

FACTORES	%	CONTRIBUYENTE
Falta de interés	4,6%	17
Problemas para tramitar la declaración	12%	44
Falta de información	22%	81
Dependencia de un profesional contable	29%	108
Desconocimiento de las normas	33%	124
Incurrir en gastos	53%	198

Tabla 1
Factores que inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias
Nota. La tabla muestra los factores que inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de acuerdo a la encuesta aplicada a 373 contribuyentes encuestados, cantón Riobamba periodo 2023.

en el cumplimiento de las obligaciones representando un 22% de la muestra, otro factor a tomar en cuenta es la dependencia de un profesional contable según 108 contribuyentes, representando el 29% del total de la muestra, 124 contribuyentes respondieron que es el desconocimiento de las normas el factor que incide en el cumplimiento, representando un 33% del total de la muestra y finalmente 198 contribuyentes aseguran que el factor más importante según los contribuyentes es incurrir en gastos siendo un 53% del total de 373 encuestados.

FACTORES SEGÚN LOS PROFESIONALES ENTREVISTADOS

Realizando una entrevista a 7 profesionales, que se vinculan con la carrera de tributación, la síntesis se resume en la siguiente tabla:

PREGUNTAS	SINTESIS
1. ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrentan los contribuyentes en nuestro cantón en términos de cumplimiento tributario?	Los principales desafíos que enfrentan los contribuyentes en términos de cumplimiento tributario son: El desconocimiento de los contribuyentes, la planificación del cumplimiento de las obligaciones tributarias, los constantes cambios en las leyes.
2. Desde su perspectiva como profesional, ¿cómo describiría el comportamiento general de los contribuyentes en el cantón Riobamba en relación con sus obligaciones tributarias?	Los 7 profesionales resumen el comportamiento general de los contribuyentes es un tanto variado, pues existe una falta de compromiso, capacitación, conciencia sobre la importancia de contribuir al desarrollo local, falta de ética moral y cultura tributaria.
3. ¿Cuáles son los factores que, según su experiencia, influyen en el nivel de cumplimiento tributario de los contribuyentes en nuestra comunidad?	Los factores que proponen los profesionales son: Falta de preparación en el aspecto tributario, la falta de confianza a las autoridades, las condiciones económicas, el desconocimiento, la corrupción, las sanciones.
4. ¿Cómo evalúa la efectividad de los programas de educación tributaria implementados en el cantón para informar y sensibilizar a los contribuyentes?	La mayoría de los profesionales califican la efectividad de los programas de educación tributaria como básica y aplicada de una forma general y poco específica a los distintos grupos que existen.
5. ¿Qué mejoras sugeriría en términos de educación tributaria para fomentar un mayor cumplimiento por parte de los contribuyentes?	Las mejoras que sugieren implementar en términos de educación tributaria para fomentar el cumplimiento por parte de los contribuyentes son: la implementación de herramientas tecnológicas, capacitaciones más específicas a los distintos grupos de contribuyentes,

	encontrar un lenguaje más claro y entendible.
6. ¿Cuál es su percepción sobre la relación entre la comunidad y las autoridades tributarias locales en Riobamba?	La relación que existe entre la comunidad y las autoridades tributarias locales, es un tanto distanciada, puesto que aseguran que los contribuyentes cumplen sus obligaciones por miedo a sanciones.
7. ¿Existen desafíos específicos en la comunicación entre los contribuyentes y las autoridades tributarias que haya identificado?	Los desafíos que existen son: la dificultad de cursar algún nivel académico en el ámbito contable y tributario, la falta de transparencia por parte de las autoridades y la desconfianza.
8. ¿Qué recomendaciones haría para mejorar el cumplimiento tributario en el cantón Riobamba, desde la perspectiva de un docente especializado en la materia?	Las recomendaciones que proponen los profesionales son: creación de contenido de fácil entendimiento, fortalecer la educación tributaria desde una temprana edad, simplificar la normativa fiscal, crear conciencia propia, reducir la informalidad para la ampliación de la base tributaria.

*Tabla 2: Síntesis de la entrevista
Fuente: 7 profesionales en materia tributaria
Elaborado: Por el autor.*

Los factores predominantes en las entrevistas que influyen en su comportamiento, son:

- Las condiciones económicas
- La confianza existente en las instituciones
- La complejidad de las normativas
- El desconocimiento
- La fiscalización

RESULTADOS DE LA GUIA DE OBSERVACIÓN

Como resultado del guía de observación realizada al Servicio de Rentas Internas, en el centro de atención de la ciudad de Riobamba, ubicado en las calles Primera Constituyente y Eugenio Espejo, presenta un entorno muy organizado, dando importancia a cada asignación a la que se les compete.

Las instalaciones son bien accesibles y muy bien señalizadas para el entendimiento de la comunidad, donde los contribuyentes pueden hacer sus trámites y consultas ya sea acerca de sus respectivas claves, exoneraciones de impuestos, herencias, información general, información vehicular entre otras.

Además, los contribuyentes muestran una gran comprensión en las asesorías que les brindan los funcionarios de la entidad, ya que responden todas sus dudas de manera satisfactoria, demostrando una relación positiva entre los contribuyentes y la entidad de recaudación.

En síntesis, el comportamiento que presentan los contribuyentes que buscan asesoría, consultas y realizar sus pagos, demuestran la importancia que le dan al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, mientras que los funcionarios de la entidad de recaudo, agradecen esa importancia con una atención calidad y oportuna.

Finalmente, se recomienda a la institución mejorar sus servidores en aspecto virtual, ya que existen muchas quejas por parte de los usuarios en ese campo

4. DISCUSIÓN

Es recomendable incentivar la forma de llegar a los contribuyentes por parte del SRI de una manera más específica y menos general, con lo finalidad de reducir la confusión que esta crea en los contribuyentes al momento de informarse a que régimen deben corresponder, sobre todo en los distintos grupos sociales que dudan al buscar información y como consecuencia de ello pierden el interés en buscar más información o en los peores de los casos terminan con sanciones y multas, por no tener conocimiento de sus obligaciones fiscales.

Tomando en cuenta que no existe un estatuto legal que obligue al Servicio de Rentas Internas a capacitar a la ciudadanía, ya que solo tienen la obligación de informar sus cambios y actualizaciones de manera general a través de sus canales oficiales, el Servicio de Rentas Internas por cuenta propia crea portales más accesibles, alianzas con el Núcleo de Apoyo Fiscal (NAF) entre otras formas de capacitación, es necesario implementar una norma que impulse nuevas formas para tratar los factores que intervienen en los contribuyentes, generando confianza entre los entes de control y los contribuyentes, buscando una mejor convivencia, con la finalidad de eliminar el factor de desconfianza y eliminar el pensamiento de corrupción que tienen a las autoridades de control, formas como ofrecer incentivos no monetarios, como reconocimientos públicos o certificaciones de cumplimiento fiscal, para aquellos contribuyentes que demuestren un compromiso excepcional con el pago oportuno de impuestos.

Se recomienda promover la negociación y coordinación interinstitucional entre

las unidades de control de Riobamba, los gobiernos locales y otros actores relevantes, permitiendo compartir información, recursos y mejores prácticas para mejorar la administración tributaria, identificar áreas de mejora en los procesos de recaudación y auditoría de impuestos y desarrollar estrategias conjuntas para elevar los niveles impositivos, así, enfrentar los desafíos del Cantón de Riobamba y maximizar los resultados de la recaudación tributaria requiere de la cooperación de varias partes.

5. CONCLUSIONES

Se evaluó el comportamiento que emiten los contribuyentes frente al cumplimiento tributario que tienen cada uno de ellos y como resultado mediante el uso de las encuestas se evidenció que existe un alto índice de contribuyentes que están conscientes en un 74% de las obligaciones que como contribuyentes tienen, pero a pesar de esto, también se muestra un claro desconocimiento y un 24% de desinterés por parte de los encuestados frente a las obligaciones fiscales que tienen, por lo que existe un 8% de incumplimiento tributario en el comportamiento de los contribuyentes encuestados en este estudio, sin embargo como dato positivo, existe un 92% los contribuyentes si cumplen con sus obligaciones, además con la ayuda de las entrevistas realizadas a los distintos profesionales en el ámbito tributario y conjuntamente con las encuestas aplicadas a los contribuyentes los factores que arrojan fueron; el desconocimiento de las normas y las reformas que se realizan, la confianza por parte de los contribuyentes hacia las autoridades en el ámbito de transparencia, las condiciones económicas, normativas complejas o ambiguas que pueden generar confusión,

la corrupción, el factor económico y la fiscalización y aplicación efectiva por parte de las entidades de control y finalmente se identificó la importancia del nivel de recaudación que tienen las obligaciones tributarias de los contribuyentes, ya que el total de recaudación por concepto de impuesto fue de USD 5.818 millones en el impuesto a la renta y USD 8.444 millones del impuesto al valor agregado (IVA), como consecuencia de ello se precisa la importancia que tienen estos ingresos por parte los contribuyentes y el impacto que tienen los mismo en relación con el estado activo y sus entes de control.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Arreaga, B. A. (2020). Memes como estrategia publicitaria Caso HOLCIM. Obtenido de Universidad Técnica de Babahoyo: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8755>
2. Arriaga Baidal, G. C., Reyes Tomalá, M. V., Olives Maldonado, J. C., & Solórzano Méndez, V. (2018). Análisis de la cultura tributaria: impuesto a la renta para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, provincia de Santa Elena. *Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 5(3), 118-127. doi:<https://doi.org/10.26423/rcpi.v5i3.214>
3. CODIGO TRIBUTARIO. (2015). Quito: Congreso Nacional.
4. Collazos, D. (2016). PixelCreativo. Obtenido de PixelCreativo: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2014/07/meme-y-publicidad.html>
5. Corporación de Estudios y Publicaciones. (2018). Código Tributario. Quito: CEP.
6. Espinoza, R. (2014). Posicionamiento de Marca. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>
7. Galarza, F. P., Paladines Galarza, F., Yaguache Quichimbo, J., & Altamirano Benítez, V. (2016). Gestión de la comunicación estratégica en las organizaciones: enfoque ecuatoriano e internacional. Razón y Palabra.
8. Giler Vera, M. B. (2019). "Los memes como estrategia de comunicación publicitaria en redes sociales para aumentar el Brand Awareness de marcas reconocidas en el. Universidad Politécnica Salesiana.
9. Gómez, B. (2018). Fundamentos de la Publicidad. En B. G. Nieto, Fundamentos de la Publicidad. Madrid: ESIC Editorial.
10. Gomez, I. (2021). Ingrith Gomez. Obtenido de Meme marketing, la apuesta de las marcas para entrar en la onda de lo viral: <https://www.crehana.com/blog/marketing-digital/meme-marketing/>
11. González, M. (2013). Plan estratégico de marketing para el posicionamiento de la empresa Invermedica, C.A. en el mercado .
12. Matta Salinas, E. V., Vergara Forigua, Y. E., Escobar Rodríguez, J. H., & Roque, D. I. (2021). Variables que inciden en el cumplimiento de obligaciones tributarias en establecimientos de comercio en Soacha, Colombia. *Cubana de Administración Pública y Empresarial*, 5(2), 1-11. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.5512574>
13. MONJE, J., & PEREZ, J. (2010). ESTADÍSTICA NO PARAMÉTRICA:.
14. Montoya, J. H., & Bravo Realpe, F. A. (2019). INVESTIGACIÓN PARA IMPLEMENTAR UN

- SERVICIO DE MARKETING. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10850/T08466.pdf;jsessionid=F8CC4AB62B3859AE207vv5BBBF94D5C4DD?sequence=5>
15. Obregón Angulo, M. d., & Tamez Garza, S. (2020). Factores del comportamiento tributario. *Vincula Téctica*, 1(1), 286-297. doi:<https://doi.org/10.29105/vtga6.1-570>
 16. Ortiz Paredes, W., Jadán Guerrero, J., Lara Luzuriaga, E., Bucay Moreta, W., & Ortiz, M. (2017). Obtenido de <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/88/74>
 17. Ortiz, D. (10 de noviembre de 2021). Cyberclick. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/caracteristicas-de-la-publicidad>
 18. Paladines Galarza, F., Valarezo González, K., & Yaguache Quichimbo, J. (2013). La comunicación integral, un factor determinante en la gestión de a empresa ecuatoriana. Mapa de comunicación del Ecuador.
 19. Puente, L. (2018). Netcommerce. Obtenido de Netcommerce: <https://info.netcommerce.mx/los-memes-publicidad-de-transmision-viral/>
 20. Puertas, R., Avendaño, M., & Valdiviezo, C. (2020). Comunicar de la táctica a la estrategia.
 21. Rissoan, R. (2016). *Redes Sociales, conocer y dominar esta nueva herramienta de comunicación*. Barcelona: Ediciones ENI.
 22. Rodríguez Ardura, I. (2012). *Estrategias y técnicas de comunicación : una visión integrada en el marketing*. UOC.
 23. Russo, F. (Diciembre de 2020). Tentulogo. Obtenido de Tentulogo: <https://tentulogo.com/los-memes-como-estrategia-de-marketing-para-empresas/>
 24. Salazar, G. P., Aguilar Edwards, A., & Guillermo, M. (2014). *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake*. Scielo.
 25. Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación (Sexta ed. ed.)*. México: McGraw Hill Education.
 26. Santamaría, R. W. (2020). Análisis del impacto del uso de los memes como estrategia publicitaria en las generaciones millennials y post millennials. Repositorio Universidad de Guayaquil.
 27. Santibañez, C. (2016). *Teoría Social y memes*. University of Houston. Obtenido de <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/memes.pdf>
 28. Tendencias digitales. (2016). Obtenido de <https://tendenciasdigitales.com/evolucion-de-los-medios-sociales-en-ecuador/>
 29. Westreicher, G. (09 de 12 de 2020). *Tributación*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/tributacion.html>