

Boletín de Coyuntura



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA**
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial"

**Análisis de las reformas tributarias en el pago del
Impuesto a la Renta para personas naturales
bajo relación de dependencia**

**Factores motivacionales para el emprendimiento
de negocios de cocina oculta**

**Las reformas tributarias sobre incentivos fiscales en
Ecuador y su relación con los resultados contables de
las pequeñas empresas del sector comercial de
Cotopaxi**

**Gasto turístico en alimentación y la cocina local
del cantón Patate**

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/issue/view/210>



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO

www.uta.edu.ec

ENERO – MARZO

2023

RECTOR UTA

PhD. Galo Naranjo López
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)

DIRECTORA OBEST

Dra. Tatiana Valle Álvarez
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)

COORDINADORA / EDITORA

Econ. MBA. Ana María Sánchez
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
am.sanchez@uta.edu.ec

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dr. Williams Aranguren Álvarez
Universidad de Carabobo (Venezuela)
waranguren30@gmail.com

Dr. Miguel Cervantes Jiménez
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
miguelc@economia.unam.mx

Dr. Ricardo Fernando Crespo
Universidad Austral (Argentina)
rcrespo@iae.edu.ar

Dr. Benito Hamidian Fernández
Universidad de Carabobo (Venezuela)
bhamidia@uc.edu.ve

Dra. Ariadna Hernández Rivera
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
ariadna.hernandezr@correo.buap.mx

Dr. Fernando Rodolfo Lemarie Oyarzún
Universidad de Los Lagos (Chile)
rlemarie@ulagos.cl

MSc. Ricardo Arturo Matamoros Moncada
Universidad Nacional Autónoma de Honduras (Honduras)
ricardomatamoros@unah.edu.hn

Dra. Eleonora del Socorro Rodríguez Alonzo
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (Nicaragua)
erodrigueza@unan.edu.ni

Dr. Rolando Sumoza Matos
Universidad de los Andes (Venezuela)
rjsumoza@gmail.com

COMITÉ EDITORIAL

PhD. Guido Andrés Abad Merchán
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
andres.abad@epn.edu.ec

Mg. Fernando Sebastián Albertoli
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Argentina)
s_albertoli@yahoo.com

PhD. Wilson Araque Jaramillo
Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador)
wilson.araque@uasb.edu.ec

PhD. Erick Pablo Beltrán Ayala
Universidad San Francisco de Quito (Ecuador)
pbeltran@usfq.edu.ec

Dr. Diego Fernando Católico Segura
Universidad Externado de Colombia (Colombia)
diego.catolico@uexternado.edu.co

PhD. Mary Cruz Lascano
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
me.cruz@uta.edu.ec

PhD. Carlos Mauricio De La Torre Lascano
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
cdelatorre@uce.edu.ec

PhD. Álvaro Andrés Escobar Espinoza
Universidad de Cartagena (Colombia)
aescobare@unicartagena.edu.co

Dr. Fander Falconí Benítez
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Ecuador)
ffalconi@flacso.edu.ec

Dr. Luis Alberto Jara Sarrúa
Universidad Santiago de Chile (Chile)
luis.jara.sa@usach.cl

Dra. Paola Lamenta Pistillo
Universidad de Carabobo (Venezuela)
paolalamenta@gmail.com

MBA. Alberto López Barrionuevo
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
albertoralopezb@gmail.com

Dr. Francisco López Herrera
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
francisco_lopez_herrera@yahoo.com.mx

Dr. Fredy Richard Llaque Sánchez
Universidad de Lima (Perú)
flaque@gmail.com

Dr. Pablo Willins Mauricio Pachas
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
mauripachas@gmail.com

PhD. Rodrigo Mendieta Muñoz
Universidad de Cuenca (Ecuador)
rodrigo.mendieta@ucuenca.edu.ec

PhD. Carmen Alejandra Ocampo Salazar
Universidad EAFIT (Colombia)
cocampo2@eafit.edu.co

Dra. María Marta Panario Centeno
Universidad Católica Argentina (Argentina)
maria_panario@uca.edu.ar

MBA. Tarquino Patiño Espín
Servicio de Rentas Internas (Ecuador)
tflatino@sri.gob.ec

Dr. Eduardo Ramírez Cedillo
Universidad Autónoma Metropolitana (México)
ramceed@gmail.com

Dr. Rafael Ravina Ripoll
Universidad de Cádiz (España)
rafael.ravina@uca.es

Dr. Frank Rivas Torres
Universidad de los Andes (Venezuela)
ferivas69@gmail.com

Dra. Katia Lorena Rodríguez Morales
Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador)
krodrig@espol.edu.ec

Dra. María Luisa Saavedra García
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
maluisasaavedra@yahoo.com

PhD. Leonardo Francisco Sánchez Aragón
Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador)
lfsanche@espol.edu.ec

PhD. Gonzalo Eduardo Sánchez Lima
Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador)
edsanche@espol.edu.ec

Dr. Erik Tapia Mejía
El Colegio de Puebla A.C. (México)
erik.tapia@colpue.edu.mx

Dra. Nora Beatriz Trifaró
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Argentina)
nora.trifaro@gmail.com

PhD. Gabriel Jacob Velandia Pacheco
Universidad de la Costa (Colombia)
gvelandi1@cuc.edu.co



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA**
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial"

Dr. Francisco Venegas Martínez
Instituto Politécnico Nacional (México)
fvenegas1111@yahoo.com.mx

Dr. Percy Antonio Vilchez Olivares
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
pvilchezo@unmsm.edu.pe

Dr. Pedro Fabricio Zanzzi Díaz
Escuela Politécnica del Litoral (Ecuador)
pzanzzi@espol.edu.ec

Mg. Pedro Zapata Sánchez
Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)
zapatapetro53@hotmail.com

PhD. Carlos Alberto Zúñiga González
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León (Nicaragua)
czuniga@ct.unanleon.edu.ni

COMITÉ EXTERNO

MSc. Alvin Orlando Aguilar Ortega
Universidad Tecnológica Centroamericana (Honduras)
aaguilarortega@gmail.com

MBA. Andrés Esteban Aguilar Viteri
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
aeaguilar@uce.edu.ec

MSc. Juan Francisco Aguilar Viteri
Universidad de Las Américas (Ecuador)
juanjfav@hotmail.com

MSc. Leinad Johan Alcalá Sandoval
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
leinadalcala@hotmail.com

Mg. Jaime Roddy Andocilla Cabrera
Universidad Estatal de Milagro (Ecuador)
jandocillac@unemi.edu.ec

MBA. Viviana Avellán Herrera
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato (Ecuador)
bavellan@pucesa.edu.ec

Dr. Alfredo Esteban Barreiro Noa
Universidad Metropolitana (Ecuador)
barreironoa@gmail.com

MSc. Cinthya Daniela Barrera Rodríguez
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Ecuador)
cbbarrerafl@flacso.edu.ec

PhD. Katina Vanessa Bermeo Pazmiño
Universidad Católica de Cuenca (Ecuador)
bermeovanessa@yahoo.com

Mg. Fernando Marcelo Borja
Universidad Tecnológica Equinoccial (Ecuador)
bbf2616@gmail.com

MSc. Andrés Cabrera Narváez
Universidad Central (Colombia)
acabreran@uccentral.edu.co

Dr. John Cajas Guijarro
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
jcajasg@uce.edu.ec

MSc. Segundo Marvín Camino Mogro
Universidad Espíritu Santo (Ecuador)
segundo.camino@gmail.com

Mg. Jorge Luis Chafía Granda
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador)
jorge.chafia@esPOCH.edu.ec

MSc. Gladys Coello Gómez
Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE (Ecuador)
ggcoello@espe.edu.ec

PhD. Javier Alejandro Cuestas Caza
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
javier.cuestas@epn.edu.ec

MSc. Gabriela Monserrath Duque Espinoza
Universidad del Azuay (Ecuador)
gduque@uazuay.edu.ec

MSc. Franqui Esparza Paz
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador)
franqui.esparza@esPOCH.edu.ec

Dr. Jaime Eduardo Estay Reyno
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
jaimeestay@hotmail.com

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Universidad César Vallejo (Perú)
victorhugofernandezbedoya@gmail.com

MSc. Jorge Javier Flores Pérez
Universidad Tecnológica del Perú (Perú)
flores.jorge@pucp.pe

MSc. Lorena Freire Guerrero
Corporación de Seguro de Depósitos (Ecuador)
lorefreireg@hotmail.com

MBA. Iván Patricio Granda González
Servicio de Cesantía de la Policía Nacional (Ecuador)
ivangranda@gmail.com

PhD. Grace Carolina Guevara Rosero
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
carolina.guevara@epn.edu.ec

PhD. Giovanni Herrera Enríquez
Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE (Ecuador)
gpherrera@espe.edu.ec

Mg. Juan Pablo Hincapié Mejía
Universidad del Valle (Colombia)
juan.pablo.hincapie@correounivalle.edu.co

PhD. Nelson José Labarca Ferrer
Universidad Técnica de Manabí (Ecuador)
nelson.labarca@utm.edu.ec

Dr. Marlon Santiago Leal Paredes
Instituto Superior Tecnológico Cotacachi (Ecuador)
sleal@institutocotacachi.edu.ec

PhD. Juan Carlos López Gutiérrez
Universidad Técnica del Norte (Ecuador)
jclopez@utn.edu.ec

Dra. Grace Yolanda Llerena Sarsoza
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
grace_yoly@yahoo.es

Dra. Marta Magadán Díaz
Universidad Internacional de La Rioja (España)
marta.magadan@unir.net

Dra. Laura Margarita Medina Celis
Universidad de Guadalajara (México)
medinacelis@gmail.com

MSc. Fabián Mera Bozano
CODEX (Ecuador)
efmera@hotmail.com

MSc. Pedro Humberto Montero Tamayo
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
pmontero@ups.edu.ec

MSc. Lourdes Cumandá Montesdeoca Espín
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
lmontesdeoca@flacso.edu.ec

Dr. Juan de Dios Morales
Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)
juan_mg75@yahoo.com

Mg. Mario Alberto Moreno Mejía
Universidad Indoamérica (Ecuador)
ambacami@yahoo.com

Dr. Vlashkiv Mosquera Aldana
Escuela Superior para la Tecnología y la Innovación (México)
vlaskmo@hotmail.com

MSc. Bryan Steven Pérez Almeida
SuiDati Consultora S.A.S. (Ecuador)
bperez@suidati.com

MBA. Marco Antonio Piedra Aguilera
Universidad del Azuay (Ecuador)
mapiedra@uazuay.edu.ec

MSc. Kathia Eliana Pinzón Venegas
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Ecuador)
kepinzonfl@flacso.edu.ec



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA**
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial"

Dr. Sergio Pozo Ceballos
Universidad de La Habana (Cuba)
sergiop@fch.uh.cu

Mg. Jasleidy Astrid Prada Segura
Corporación Universitaria Minuto de Dios (Colombia)
jpradasegur@uniminuto.edu.co

MSc. Roberth Fabián Ramírez Granda
Universidad de Guayaquil (Ecuador)
rofaramirezg@gmail.com

MSc. José Luis Román Vásquez
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
luis.roman@epn.edu.ec

Mg. Daniel Isaac Roque
Corporación Universitaria Iberoamericana (Colombia)
danyisaac82@gmail.com

PhD. José Augusto Salas Ávila
Universidad Católica del Maule (Chile)
jsalas@ucm.cl

Dr. Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)
vsalcedo@utmachala.edu.ec

Dr. Napoleón Guillermo Sánchez Chóez
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
napoleon.sanchez@epn.edu.ec

Dr. Pedro Leonardo Tito Huamani
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
pedrotito18@gmail.com

PhD. Luis Bayardo Tobar Pesántez
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
ltobar@ups.edu.ec

MSc. María Elena Torrens Pérez
Universidad Hemisferios (Ecuador)
mtorrensp@profesorescol.imf.com

Dra. Patricia Torres Rivera
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)
patricia.torres@uaslp.mx

MSc. Juan Antonio Umanzor Mejía
Universidad Nacional Autónoma de Honduras (Honduras)
juan.umanzor@unah.edu.hn

MSc. Santiago Ramón Valladares Vásquez
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
svalladares@ups.edu.ec

Dra. Sofía Elba Vázquez Herrera
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (México)
sofiaelba.vazquez@upaep.mx

Dr. Ricardo Rubén Vega Bois
Universidad de Los Lagos (Chile)
ricardo.vega@ulagos.cl

PhD. Vladimir Vega Falcón
Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)
vega.vladimir@gmail.com

Dr. Hilarión José Vegas Meléndez
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí (Ecuador)
hvegas@pucem.edu.ec

PhD. Fernando Vera Sánchez
Universidad Anáhuac Puebla (México)
fernando.verasa@anahuac.mx

COMITÉ INTERNO

PhD. Patricio Carvajal Larenas
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
ramirocarvajal@uta.edu.ec

PhD. Christian Franco Crespo
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
cf7996@gmail.com

EQUIPO TÉCNICO

Ing. Carolina Freire Paredes
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
lc.freire@uta.edu.ec

Ing. Fernando Mayorga Núñez
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
fa.mayorga@uta.edu.ec

Econ. MBA. Tatiana Vayas Carrillo
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
tl.vayas@uta.edu.ec

Publicación Trimestral
BOLETÍN DE COYUNTURA
ENERO - MARZO 2023
Número 36
e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931
Revista electrónica

Convocatoria

La recepción de artículos es abierta durante todo el año y se publican en los periodos establecidos en la revista

OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA

Dirección: Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi Av. Los Chasquis y Río Payamino. Facultad de Contabilidad y Auditoría (subsuelo), AMBATO (Ecuador). Casilla 180104

Teléfonos: (593) 03-2848487 ext. 102

Fax: (593) 032844362 ext. 111

ÍNDICE

Editorial	06
Análisis de las reformas tributarias en el pago del Impuesto a la Renta para personas naturales bajo relación de dependencia Analysis of tax reforms in the payment of Income Tax for natural persons under a dependency relationship Orlando Ayabaca, David Figueroa, Edgar Becerra.....	07
Factores motivacionales para el emprendimiento de negocios de cocina oculta Motivational factors for the entrepreneurship in dark kitchen businesses Dennisse Vera, Shirley Segura.....	17
Las reformas tributarias sobre incentivos fiscales en Ecuador y su relación con los resultados contables de las pequeñas empresas del sector comercial de Cotopaxi Tax reforms on fiscal incentives in Ecuador and their relationship with the accounting results of small businesses in the commercial sector in Cotopaxi Lizeth Canguí, Alison Casa, Nilda Avellán.....	26
Gasto turístico en alimentación y la cocina local del cantón Patate Tourist spending on food and the local cuisine of the Patate Vanessa Lesano, Johanna Monge, Ivan Almeida.....	33
Lineamientos del Boletín de Coyuntura.....	41

EDITORIAL

En la revista Boletín de Coyuntura buscamos permanentemente ser portadores de investigación. En este primer trimestre lanzamos nuestra edición número 36 con cuatro temas relevantes planteados por profesionales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad de las Fuerzas Armadas, Universidad de Cuenca y Universidad Técnica de Ambato.

Los primeros resultados corresponden al artículo denominado "Análisis de las reformas tributarias en el pago del Impuesto a la Renta para personas naturales bajo relación de dependencia". Para el fin de esta investigación, sus autores Orlando Ayabaca Mogrovejo, David Figueroa Campoverde y Edgar Becerra Palacios, utilizaron información proveniente de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales y la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) obteniendo como resultado la descripción de los principales cambios sobre el cálculo de la Base Imponible por la reglamentación actual entre cada uno de los escenarios planteados siendo el efecto principal la imposibilidad de deducción de Gastos Personales Deducibles.

Por otra parte, Dennisse Vera Pacheco y Shirley Segura Ronquillo centran su investigación en el modelo de negocio de cocina oculta, modelo con un concepto relativamente nuevo y emprendedor. A través de una metodología de corte descriptiva y transversal indagaron en 64 establecimientos de cocina oculta formales dentro de la ciudad de Guayaquil, concluyendo que, la crisis es uno de los factores más importantes para el desarrollo de estos negocios, en su mayoría son creados y operados por jóvenes con estudios universitarios y se especializan en comida rápida.

A continuación, en el artículo denominado "Las reformas tributarias sobre incentivos fiscales en Ecuador y su relación con los resultados contables de las pequeñas empresas del sector comercial de Cotopaxi" autoría de Lizeth Canguí Navas, Alison Casa Taco y Nilda Avellán Herrera, a través de investigación de campo en las pequeñas empresas de Cotopaxi, se evidenció que, apenas el 31% de las empresas encuestadas se benefició de los incentivos tributarios existentes hasta 2021 con el fin de reducir el pago de impuestos. El mecanismo que se utiliza con mayor frecuencia para la reducción de impuestos en las empresas estudiadas es la contratación de personal con discapacidad para la deducción del 100% adicional del impuesto a la renta.

Finalmente, para proponer una revista hablada que se adapte a los turistas del cantón Patate en Tungurahua Ecuador, especialmente a personas con discapacidad visual, Vanessa Lesano Martínez, Johanna Monge Martínez e Iván Almeida Campaña aplicaron una metodología con enfoque mixto, utilizando encuesta, entrevista y fichas de atlas alimentario. La investigación se centra en la importancia que tiene el turismo gastronómico en el país, y en este cantón específicamente, también evidencia el alto gasto turístico en alimentación y cocina local en el cantón representada en productos con conexión cultural de la localidad.

Agradecemos, como es costumbre, su fidelidad comprometidos siempre con la difusión responsable de la investigación.

Econ. MBA. Ana María Sánchez
COORDINADORA / EDITORA

Análisis de las reformas tributarias en el pago del Impuesto a la Renta para personas naturales bajo relación de dependencia

Analysis of tax reforms in the payment of Income Tax for natural persons under a dependency relationship

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/revista/index.php/bcoyu/article/view/1958/version/2612>

Orlando Ayabaca - Mogrovejo¹ ; David Figueroa - Campoverde² ; Edgar Becerra - Palacios³

Fecha de recepción: 19 de septiembre de 2022

Fecha de aceptación: 16 de febrero de 2023

Resumen

Este trabajo realiza un Análisis sobre el impacto de las Reformas Tributarias del Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19; sobre el cálculo y pago de Impuesto a la Renta para personas naturales bajo relación de dependencia. Se utiliza información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales y la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) para determinar el impacto sobre los Ingresos y Gastos de la población ecuatoriana. Los resultados describen los principales cambios sobre el cálculo de la Base Imponible por la reglamentación actual entre cada uno de los escenarios planteados siendo el efecto principal la imposibilidad de deducción de Gastos Personales Deducibles tales como; Vivienda, Educación, Salud, entre otros y la compensación de esta deducción con una rebaja del Impuesto en la Renta.

Palabras clave: Impuesto a la renta, reformas tributarias, personas bajo relación de dependencia, base imponible, gastos personales deducibles.

Abstract

This work carries out an Analysis on the impact of the Tax Reforms of the Regulation to the Organic Law for Economic Development and Fiscal Sustainability after the COVID-19 Pandemic; on the calculation and payment of Income Tax for natural persons under a dependency relationship. Information from the National Survey of Income and Expenses of Urban and Rural Households and the National Survey of Employment, Unemployment and Underemployment obtained from the National Institute of Statistics and Censuses (INEC) is used to determine the impact on the Income and Expenditures of the Ecuadorian population. The results describe the main changes on the calculation of the Taxable Base by the current regulations between each of the scenarios proposed, the main effect being the impossibility of deducting Deductible Personal Expenses such as; Housing, Education, Health, among others and the compensation of this deduction with a reduction in Income Tax.

Keywords: Income tax, tax reforms, persons under a dependency relationship, tax base, deductible personal expenses.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Cuenca-Ecuador. E-mail: fabian.ayabaca@ucuenca.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1569-3909>

²Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Cuenca-Ecuador. E-mail: sebastian.figueroa31@ucuenca.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9814-6168>

³Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Cuenca-Ecuador. E-mail: edgar.becerra@ucuenca.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9367-8229>

Introducción

A través del Decreto No. 304 de 2021 [Presidencia de la República del Ecuador], se presentó el Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19; el cual trajo consigo cambios al Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. Entre los principales cambios que afectan el pago del Impuesto a la Renta de personas naturales encontramos limitaciones a exenciones, eliminación de Gastos Personales Deducibles y un nuevo esquema de cálculo de rebajas que podría ser un 10% o 20% del menor entre los Gastos personales y la canasta básica multiplicada por siete.

La eliminación de Gastos Personales Deducibles y la aplicación de una nueva tabla del Impuesto a la Renta causado provoca un incremento en el pago del impuesto de personas naturales en comparación con la fórmula de cálculo anterior que permitía la deducción de Gastos personales de hasta \$14.575,60 o el 50% de Ingresos Gravados. Además, se define un descuento del Impuesto a la Renta, sin embargo, esta podría ser \$503,77 o un máximo de \$1.007,54 dependiendo de la renta bruta anual del contribuyente (Sempértégui Abogados. 2021).

En diferentes países de la región se permite la deducción de Gastos personales en el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales bajo relación de dependencia; de esta manera por ejemplo en Argentina la Administración Federal de Ingresos publica cada año los montos de deducciones personales para el Impuesto a las Ganancias y la tabla de ganancias acumuladas para el cálculo del mismo; en este cálculo se abre la posibilidad de deducir del pago un monto en función de las características del sujeto y relacionados con su cónyuge, hijos y otros dependientes, así como un monto para preservar un pago minúsculo de renta llamado mínimo no imponible. Posteriormente se agregaron otros conceptos que pueden ser deducidos en razón del carácter de la renta obtenida según fuese ésta percibida por un trabajador en relación de dependencia, jubilado de cargos públicos, o un trabajador autónomo (Administración Federal de Ingresos Públicos, 2022).

En Brasil los gastos del contribuyente y sus dependientes pueden ser deducidos en su totalidad del cálculo del Impuesto sobre la renta. Los Gastos de educación, a diferencia de los Gastos de atención médica, tienen un tope en la deducción. Los montos pagados como pensión alimenticia se pueden deducir en su totalidad del cálculo del Impuesto sobre la renta. Las contribuciones al Seguro Social oficial de la Unión, Estados y Municipios pueden ser deducidas íntegramente del cálculo del impuesto. Las donaciones realizadas al Estatuto del Niño y del Adolescente (ECA) o al Estatuto del Adulto Mayor podrán ser deducidas, por un total del 6% del Impuesto a la Renta adeudado (Época Negócios, 2021).

En Uruguay se admite algunas deducciones como son: personales, proporcionales y las cuotas por préstamos para compras de vivienda (hipotecarios). La primera incluye aquellas deducciones por hijos con o sin discapacidad, las

aportaciones realizadas al Fondo de Solidaridad, las contribuciones a la Caja de Jubilaciones y Pensiones de Profesionales Universitarios (Caja Notaria) y el Adicional del Fondo de Solidaridad. Para el cálculo de Base imponible de Impuesto a la Renta se deberá sumar todas las deducciones admitidas y se le aplicará el porcentaje del 10% o 8% conforme el nivel de ingresos (Dirección General Impositiva, 2022).

Para Colombia el cálculo de la Base Imponible toma en cuenta los Ingresos Laborales menos los ingresos exentos y las deducciones; entre los cuales se considera los pagos de intereses y las correcciones monetarias por créditos de vivienda (pagos hipotecarios o préstamos del Ice tex, entre otros); además de pagos por medicina prepagada (referentes a salud) y pagos por dependientes hasta el límite legal (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2022).

Diferentes países determinan el pago del Impuesto a la Renta considerando Ingresos imponibles y ajustando estos ingresos con deducciones de Gastos personales e ingresos exentos. Para Ecuador, según el Ministerio de Finanzas (2021), el Presupuesto General del Estado tuvo ingresos tributarios de alrededor de \$12.734 millones, mientras que para el año 2022 se pronosticaba una recaudación de \$13.562 millones, un aumento del 6% (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022), sin embargo, si se analiza la recaudación por el concepto de Impuesto a la Renta se espera que este tenga un crecimiento cercano al 15%, no obstante, según Briones (2022), Director del Servicio de Rentas Internas, la recaudación tributaria para el presente año alcanzará los 16.500 millones, es decir, 2.500 millones más de lo estimado.

Estos resultados según Briones (2022), se deben al aumento en la recaudación tributaria para el mes de agosto, llegando a establecerse un crecimiento mayor al 30% con respecto al año anterior. De este incremento, el 21% corresponde a un aumento en las ventas y la actividad económica, mientras que, el 9% hace referencia a los cambios establecidos en la última reforma. Además, los cambios dados por la reforma tributaria y la recuperación económica provocaron un incremento en la recaudación impulsada en gran medida por el IR con un crecimiento del 36% durante el primer semestre del 2022 (Primicias, 2022).

Ecuador espera que el Impuesto a la Renta de diferentes contribuyentes incremente en el año 2022; debido al efecto de la eliminación de la posibilidad de disminuir los Gastos personales y al incremento en la tabla de Impuesto a la Renta, situación que debe describirse y explicarse con el objetivo de mejorar el conocimiento de las obligaciones tributarias y el efecto sobre el pago del impuesto. Por último, es importante mencionar que este impuesto es aplicado a sociedades y personas naturales, sin embargo, la determinación de cuál recibe una mayor afectación se lo deja para próximos análisis, por lo que, los resultados obtenidos serán aplicables a personas naturales en relación de dependencia.

Metodología

El tipo de investigación que se plantea en el presente análisis es descriptivo y documental. Se utiliza la aplicación de información legal actual sobre la imposibilidad de aplicar deducciones de Gastos personales conforme el Decreto No. 304 de 2021 [Presidencia de la República del Ecuador], en relación al cálculo de Impuesto a la Renta de personas bajo relación de dependencia para responder las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el impacto de las Reformas Tributarias sobre el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales bajo relación de dependencia?
- ¿Cuáles son las escalas de ingresos mensuales de personas bajo relación de dependencia que mayor impacto presentan por impuesto a la renta?

En la ejecución del análisis documental se recopila, sintetiza e interpreta información fiscal y se observan sus efectos sobre los ingresos posibles conforme la tabla de impuesto a la renta para personas naturales bajo relación de dependencia. Se examina el impacto en el ingreso de las personas con respecto a las Reformas Tributarias en el país en relación específica con el Impuesto a la Renta, la unidad de análisis de esta investigación contará con dos condicionantes: la primera es que el individuo se encuentre dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) y que se halle bajo una relación de dependencia. Se presenta un análisis descriptivo que permite realizar una comparación entre la legislación tributaria vigente y la anterior, por lo que se ha tomado como periodos de estudio los años 2021 y 2022.

El desarrollo de la investigación consta de dos etapas: en la primera se realiza una exploración de los Ingresos y Gastos mediante un análisis numérico y el planteamiento de los supuestos mencionados en el apartado anterior. Esta fase es relevante porque permite establecer los rangos de Ingresos y la proporción Gastos Personales Deducibles promedio (GPDP) que provoca que el individuo se localice dentro de cada categoría.

Para los rangos de Ingresos se ocupa la Tabla para Impuesto a la Renta para personas naturales del año 2022 obtenidos del SRI (SRI, 2021). Además, se utilizan los datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) acumulada anual para el año 2021; debido a que resulta representativa a nivel nacional, mismo que es obtenido a partir del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021). Esto nos permite obtener los rangos y la participación de la población por categoría.

Para el cálculo de los GPDP se obtuvo información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (ENIGHUR) para el año 2012, elaborado por la INEC (INEC, 2012). Dado que los Ingresos y los Gastos se encuentran en periodos de análisis diferentes, se toma como año base el periodo 2012, por lo que se procedió a deflactar los Ingresos con ayuda del Índice de Precios al Consumidor (INEC, 2022) para establecer un comparativo de los ingresos y así determinar el nivel de gasto de cada

categoría. La deflactación permite efectuar una relación entre los ingresos de 2021 y 2012, para establecer el gasto promedio de los contribuyentes que pertenecen a cada rango, por lo que sin ayuda de esta técnica no sería posible comparar estas variables a lo largo del tiempo.

Es importante denotar que para este cálculo se toma en cuenta solamente los Gastos personales que resultaban deducibles para el año 2021 como son: alimentación, vivienda, salud, educación, arte y cultura y turismo. A partir de la Clasificación del Consumo Individual planteado por el INEC se realiza el cálculo para cada tipo Gasto a partir de las siguientes cuentas:

Tabla 1. Clasificación del consumo individual

Codificación	Categoría
1	Alimentos y Bebidas no alcohólicas
01.1	Alimentos
01.2	Bebidas no alcohólicas
2	Prendas de vestir y calzado
03.1	Prendas de vestir
03.2	Calzado
3	Salud
06.1	Productos, artefactos y equipos externos
06.2	Servicios para pacientes externos
06.3	Servicios de hospital
4	Educación
09.4.2	Servicios culturales
09.5.1	Libros
09.5.5	Lista de útiles escolares
10.1	Enseñanza preescolar y enseñanza primaria
10.2	Enseñanza secundaria
10.3	Enseñanza postsecundaria, no terciaria
10.4	Enseñanza terciaria
10.5	Enseñanza no atribuible a ningún nivel
10.6	Matrículas de enseñanza formal de todos los niveles
5	Vivienda
04.1.1	Alquileres efectivos pagados por los inquilinos (Vivienda principal)
04.1.2	Otros alquileres efectivos
04.2.3	Vivienda propia pagada a plazos
04.3	Conservación y reparación de la vivienda
04.4	Suministro de agua y servicios diversos relacionados con la vivienda
04.5	Electricidad, gas y otros combustibles
6	Turismo
09.6.1	Paquetes turísticos

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos - Encuesta de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (2012)

La segunda etapa consiste en el planteamiento de escenarios mediante la información obtenida en la primera fase, pues esta permite el diseño de diferentes casos para cada una de las categorías con el respectivo Ingreso Promedio y una proporción del GDP. Una vez que se tiene estos insumos se realiza 1) un cálculo del pago del Impuesto a la Renta promedio, 2) el impacto del pago del Impuesto a la Renta promedio sobre el Ingreso Neto (tomando en cuenta la suma de los Ingresos de Sueldos y Salarios, Décimo tercer sueldo, Décimo cuarto sueldo y Fondos de reserva menos el Aporte personal al IESS del 9,45%) y 3) una aproximación a la recaudación tributaria promedio.

Para los cálculos de esta investigación se siguieron las siguientes ecuaciones:

1) Cálculo del pago del Impuesto a la Renta promedio

El cálculo varía dependiendo del año de análisis, para la legislación anterior (2021) se sigue el siguiente procedimiento:

$$\text{Base imponible} = \text{Ingresos Gravados} - \text{Aporte Pers. al IESS} - \text{Gastos Pers. D.}$$

Es importante mencionar que los Gastos Personales Deducibles son: Alimentación, Vestimenta, Salud, Educación, arte y cultura y Turismo. El Total de Gastos Personales Deducibles será de hasta el 50% de los Ingresos Gravados del contribuyente sin que superen los valores de \$14.575,60 (SRI, 2021). Una vez que se establece la Base imponible se seleccionó entre la categoría (Fracción Básica y Exceso hasta) en la que se encuentra y se realizó el siguiente cálculo:

$$\text{IR Causado} = \text{Impuesto FB} - (\text{Base imponible} - \text{Fracción B.}) * \text{Impuesto FE}(\%)$$

Para la legislación del presente año se aplicó el siguiente procedimiento para el cálculo el pago del Impuesto a la Renta promedio:

$$\text{Base imponible} = \text{Ingresos Gravados} - \text{Aporte Pers. al IESS}$$

Una vez que se establece la Base imponible se seleccionó entre la categoría (Fracción Básica y Exceso hasta) en la que se encuentra y se realizó el siguiente cálculo:

$$\text{IR Causado} = \text{Impuesto FB} - (\text{Base imponible} - \text{Fracción B.}) * \text{Impuesto FE}(\%)$$

A este valor se le resta el Crédito Tributario por Gastos Personales el cual será del 10% o 20% de siete veces el valor de la canasta básica del mes de cálculo (para este estudio se aplica el precio de la CBF de \$719,65). Para determinar el valor de la Fracción Básica Desgravada se sigue el siguiente procedimiento:

$$\begin{aligned} \text{Límite para aplicar el Crédito Tributario} &= 2,3 * \text{Fracción Básica Desgravada} \\ &= 2,3 * 11.310 \\ &= 24.090,30 \end{aligned}$$

Para este caso se toma los Ingresos Brutos (Se incluye los ingresos exentos, Décimo Tercer sueldo, Décimo Cuarto sueldo y Fondo de Reserva) y se los compara con el valor obtenido anteriormente y se plantea la siguiente condición:

$$\begin{aligned} \text{Ingresos Brutos} > 24.090,30 & \text{ entonces } \text{Crédito Tributario} = 10\% \\ \text{Ingresos Brutos} < 24.090,30 & \text{ entonces } \text{Crédito Tributario} = 20\% \end{aligned}$$

Por lo tanto, el Crédito Tributario de Gastos Personales máximo que puede tener la persona natural dependiendo de sus Ingresos Brutos son de:

- Crédito Tributario: 10%
$$\text{CTR10} = 0,10 \times 7(719,65) = 503,76$$
- Crédito Tributario: 20%
$$\text{CTR20} = 0,20 \times 7(719,65) = 1.007,51$$

Una vez que se obtiene el Crédito Tributario, se tiene todos los insumos para el cálculo del Impuesto a la Renta por pagar:

$$\text{IR por pagar} = \text{IR Causado} - \text{Crédito Tributario Gastos Personales}$$

2) Impacto del pago del Impuesto a la Renta promedio sobre el Ingreso Neto

Para este cálculo se tomó el Ingreso Neto y el Pago del Impuesto a la Renta promedio para cada categoría, por lo que se sigue el siguiente procedimiento:

$$\text{Impacto del IR sobre el Ingreso Neto} = \frac{\text{Pago del IR promedio}}{\text{Ingreso Neto}}$$

3) Recaudación Tributaria promedio

Para el cálculo de la Recaudación Tributaria promedio se ocupó los insumos derivados a partir del estudio, una vez que se tiene los pagos del Impuesto a la Renta promedio para cada una de las categorías se multiplica por el número de personas que se localizan en cada rango obtenido a partir de la ENEMDU.

$$\text{Recaudación Tributaria Prom.} = \text{Pago IR prom.} \times \# \text{ de personas por categoría}$$

Los datos obtenidos de las diferentes Instituciones fueron depuradas y analizadas a través del programa estadístico STATA 15 y Excel.

Resultados

Análisis del impacto de las Reformas Tributarias sobre el cálculo del Impuesto a la Renta de personas naturales bajo relación de dependencia

El Decreto No. 304 de 2021 [Presidencia de la República del Ecuador] establece diversas reformas en el cálculo del pago del Impuesto a la Renta para Personas Naturales entre las cuáles sobresalen los siguientes:

Los contribuyentes pueden optar por una rebaja en el pago de este impuesto, para establecer el cálculo de esta rebaja se tendrá en cuenta el valor menor entre la Canasta Familiar Básica (CFB) vigente al mes de diciembre del año fiscal y el total de gastos personales. Los Gastos personales que serán considerados para este cálculo corresponde a: Alimentación, salud, vivienda, vestimenta, turismo y educación, incluyendo en este último aquellos gastos referentes a cultura y arte (Presidencia de la República del Ecuador, 2021).

A continuación, en la Tabla 2 se presentará una breve comparación entre la Ley de Simplicidad Tributaria del año 2021 y la Ley de Régimen Tributaria que se encuentra vigente en la actualidad:

Tabla 2. Comparación de normativa tributaria anterior y actual

Ley de Simplicidad Tributaria (Anterior)	Decreto 304 (Actual)
<p>El Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, en su artículo 34 establecía que la deducción de Gastos Personales no será mayor al 50% del total de los ingresos gravados y bajo ningún caso, puede superar 1,3 veces de la fracción básica desgravada para el Impuesto a la Renta de las personas naturales (Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario interno, 2020).</p> <p>Según este artículo la cuantía máxima que podía optar cada contribuyente por cada tipo de gasto es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vivienda: 0,325 veces. • Educación (incluye arte y cultura): 0,325 veces • Alimentación: 0,325 veces • Vestimenta: 0,325 veces • Salud: 1,3 veces 	<p>Los Gastos personales serán deducibles siempre y cuando no hayan sido objeto de reembolso, de esta manera el contribuyente podrá elegir la cantidad y manera que este estime eficaz, el o los tipos de Gastos (alimentación, salud, vivienda, vestimenta, turismo y educación) que se consideren para el cálculo de la rebaja (SRI, 2022).</p> <p>A pesar de que el contribuyente ya no puede deducir sus Gastos personales como lo hacía en el Régimen Tributario anterior, este podrá optar por una rebaja denominada “crédito tributario”. (Virtualex, 2021).</p>

(Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario interno, 2020)

Conforme el Art. 104. los empleadores efectuaban la retención en la fuente por el Impuesto a la Renta de sus trabajadores en forma mensual. En el cálculo los empleadores sumaban todas las remuneraciones que corresponden al trabajador, excepto la decimotercera y decimocuarta remuneraciones, proyectadas para todo el ejercicio económico y deducían los valores a pagar por concepto del aporte individual al Seguro Social, así como los Gastos personales proyectados sin que éstos superen los montos establecidos en este reglamento (Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario interno, 2020).

Sobre la base imponible así obtenida, se aplica la tarifa contenida en la tabla de Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas de la Ley de Régimen Tributario Interno, con lo que se obtendrá el impuesto proyectado a causarse en el ejercicio económico. El resultado obtenido se dividirá para 12, para determinar la alícuota mensual a retener por concepto de Impuesto a la Renta (Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario interno, 2020).

Con el Decreto actual se sustituye el Art. 104. Indicándose que los empleadores efectuarán la retención en la fuente por el Impuesto a la Renta de sus trabajadores en forma mensual. Para el efecto, deberán sumar todas las remuneraciones que corresponden al trabajador, excepto la decimotercera y decimocuarta remuneración, proyectadas para todo el ejercicio económico y deducirán los valores a pagar por concepto del aporte individual al Seguro Social (Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal Tras la Pandemia COVID-19, 2021).

Sobre la base imponible así obtenida, se aplicará la tarifa contenida en la tabla de Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas de la Ley de Régimen Tributario Interno, con lo que se obtendrá el impuesto proyectado a causarse en el ejercicio económico. Al resultado obtenido se le restará la rebaja por la proyección de Gastos personales según los límites establecidos en la Ley, y se dividirá para 12, para determinar la alícuota mensual a retener por concepto de Impuesto a la Renta (Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal Tras la Pandemia COVID-19, 2021).

Rebajas

Con las reformas realizadas según el Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia (2021) se estableció un nuevo esquema de rebaja. Una vez obtenido el Ingreso Bruto anual se establecerá si estos superan o no el valor de 2,13 fracciones básicas desgravadas de la siguiente forma:

La Fracción Básica obtenida de la Tabla 4 es \$ 11.310,00.
El Factor es 2,13

Por lo tanto $11.310 \times 2,13 = 24.090,30$. De esta manera el contribuyente podrá determinar el porcentaje de rebaja de acuerdo a sus Ingresos Brutos (que incluyen Remuneraciones, Décimo tercero, Décimo cuarto, Fondo de Reserva):

1. Se aplicará el 10% de la rebaja si excede 24.090,30
2. Se aplicará el 20% de la rebaja no excede 24.090,30

Renta bruta anual mayor a 24.090,30	Renta bruta anual menor a 24.090,30
Rebaja es igual a 20% de L	Rebaja es igual a 10% de L
$5.007,17 \times 20\% = 1.001,43$	$5.007,17 \times 10\% = 500,72$
Rebaja máxima \$1.001,43	Rebaja máxima \$500,72

L= Es el valor que resulte menor entre los Gastos personales declaradas del periodo fiscal anual y el valor de la canasta básica multiplicado por 7 de la CBF del 2021.

La fracción básica es de \$ 11.310, si sus ingresos no exceden este valor, entonces se podrá descontar del impuesto el 20 % de los Gastos personales y si excede podrá ser solo el 10 % de dichos Gastos.

Fuente: Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario interno, (2020), Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria (2020), Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico, Sostenibilidad Fiscal Tras la Pandemia COVID-19 (2021)

Por otro lado, además de revisar las diferencias presentes en la Ley, en la Tabla 3 y Tabla 4 se presenta las Tablas de Impuesto a la Renta para Personas Naturales para el año 2021 y 2022 que permitirán realizar un contraste entre cada año:

Tabla 3. Tablas de Impuesto a la Renta para personas naturales 2021

Año 2021			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto FB	% Impuesto FE
0	11.212	0	0%
11.212	14.285	0	5%
14.285	17.854	154	10%
17.854	21.442	511	12%
21.442	42.874	941	15%
42.874	64.297	4.156	20%
64.297	85.729	8.440	25%
85.729	114.288	13.798	30%
114.288	En adelante	22.366	35%

Fuente: Ley de Simplicidad Tributaria y Ley de Régimen Tributaria (2021)

Tabla 4. Tablas de Impuesto a la Renta para personas naturales 2022

Año 2022			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto FB	% Impuesto FE
0	11.310	0	0%
11.310	14.410	0	5%
14.410	18.010	155	10%
18.010	21.630	515	12%
21.630	31.630	949	15%
31.630	41.630	2.449	20%
41.630	51.630	4.449	25%
51.630	61.630	6.949	30%
61.630	100.000	9.949	35%
100.000	En adelante	23.379	37%

Fuente: Decreto No. 304 Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal (2022)

La Reforma Tributaria elimina la posibilidad de aplicar Gastos Personales Deducibles para disminuir la Base Imponible sobre la que se calcula el Impuesto a la Renta. Sin embargo, se permite la rebaja del impuesto en función del total de ingresos brutos anuales del trabajador. Esta rebaja será de \$1.007,54 cuando los ingresos brutos sean menores a \$ 24.090,30 y de 503,77 cuando el ingreso bruto anual es mayor a \$ 24.090,30. De esta manera surge la necesidad de determinar cuál es el impacto sobre el cálculo y pago de Impuesto a la Renta de las personas bajo relación de dependencia; considerando las reformas del Decreto No. 304.

Análisis de las escalas de ingresos mensuales de personas bajo relación de dependencia con mayor impacto por Impuesto a la Renta

Los estadísticos descriptivos para los individuos y sus respectivos Ingresos y Gastos se presentan en la Tabla 5. Se observa que para encontrarse dentro de la primera categoría establecida por la Tabla de Impuesto a la Renta de personas naturales para el año 2022; el rango mínimo de Ingreso mensual (sin descontar el Aporte personal al IESS) es de \$0 a \$1.040 (\$12.480 anuales). Por otro lado, para encontrarse en la categoría máxima del pago al Impuesto a la Renta el individuo debe contar con un Ingreso de \$110.448 al año (ingreso mensual de \$9.204 en adelante).

Otro aspecto significativo a tener en cuenta durante el análisis es la proporción de Gasto de los individuos, pues en la Tabla 5 se observa una reducción en el Porcentaje del GDP a medida que incrementa las categorías, debido

especialmente a que se está tomando en cuenta los Gastos en bienes de primera necesidad, salud, educación, vivienda (Gastos principales dentro de la estructura familiar) que resulta importante para cada hogar sin diferenciar el nivel de Ingreso que estos posean, por lo que se puede determinar que el GDP de la categoría menor es de \$4.056 y la más alta en \$57.714.

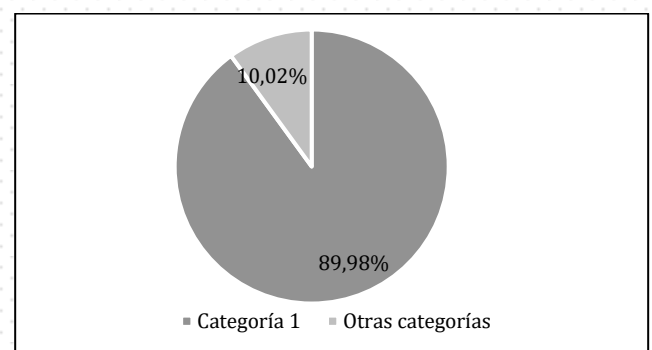
Tabla 5. Análisis de Ingresos y Gastos

Categoría	Ingreso mensual mínimo	Ingreso mensual máximo	Ingreso anual promedio	Porcentaje del GDP	GDP
1	\$0	\$1.040	\$6.240	64,99%	\$4.056
2	\$1.041	\$1.326	\$14.202	63,94%	\$9.08
3	\$1.327	\$1.657	\$17.904	65,90%	\$11.799
4	\$1.658	\$1.990	\$21.888	64,19%	\$14.050
5	\$1.991	\$2.910	\$29.406	65,63%	\$19.298
6	\$2.911	\$3.831	\$40.452	63,13%	\$25.538
7	\$3.832	\$4.751	\$51.498	59,65%	\$30.719
8	\$4.752	\$5.671	\$62.538	57,76%	\$36.125
9	\$5.672	\$9.203	\$89.250	54,17%	\$48.347
10	\$9.204	En adelante	\$130.000	44,40%	\$57.714

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos - Encuesta de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (2012)

Con ayuda de la determinación del porcentaje del GDP se pudo evidenciar que la mayoría de categorías, a excepción de la última, tienen gastos superiores al 50%, por lo que, al momento de incluir estos gastos, no sería factible deducirlos en su totalidad, pues según la normativa anterior el SRI (2021): “La deducción total por gastos personales no podrá superar el 50% del total de los ingresos gravados del contribuyente y en ningún caso será mayor al equivalente a 1.3 veces la fracción básica desgravada [...]”. Por lo tanto, los ejemplos presentados a continuación serán aplicados con un límite inferior del 50% del total de los ingresos gravados y con un límite superior de hasta \$14.575,6.

El total de la población en relación de dependencia se encuentra ubicada en 3'612.660 personas (INEC, 2021). En la Figura 1 puede observar el contraste presente dentro del mercado laboral ecuatoriano, pues se da una diferencia significativa dentro del número de personas que se encuentran dentro de cada uno de los rangos de Ingresos obtenidos anteriormente. Los individuos que cuentan con Ingresos mensuales entre \$0 y \$1.040 es cercana al 90% (3'250.606 personas), mientras que, alrededor del 10% (362.054 personas) de la población tiene un ingreso superior a dicha cantidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos - Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (2021)

Figura 1. Población según nivel de Ingresos

La Tabla 6 muestra los resultados del cálculo para el pago del Impuesto a la Renta promedio para cada una de las categorías. Como se puede observar durante los tres primeros rangos no existe un pago del Impuesto a la Renta, sin embargo, a partir de la quinta clase existe un pago promedio de \$37 para las personas que se encuentran con un Ingreso anual entre \$23.892 y \$34.920 para el régimen anterior y empieza con \$ 228 para la escala de \$19.896 y \$ 23.880 para el régimen actual. Por otro lado, es importante notar que tanto para la legislación tributaria vigente como para la anterior existe un incremento para cada uno de los tramos de la Tabla, que es lo que se esperaría debido a que según la Constitución de la República del Ecuador (2008), el Régimen tributario se regirá y priorizará aquellos impuestos que son directos y progresivos.

Tabla 6. Cálculo del pago del Impuesto a la Renta promedio por categoría

Categoría	Ingreso anual mínimo	Ingreso anual máximo	IR por pagar 2021	IR por pagar 2022
1	\$0	\$12.480	\$0	\$0
2	\$12.492	\$15.912	\$0	\$0
3	\$15.924	\$19.884	\$0	\$0
4	\$19.896	\$23.880	\$0	\$228
5	\$23.892	\$34.920	\$37	\$1.195
6	\$34.932	\$45.972	\$1.041	\$2.945
7	\$45.984	\$57.012	\$2.541	\$5.196
8	\$57.024	\$68.052	\$4.041	\$7.945
9	\$68.064	\$110.436	\$4.935	\$16.160
10	\$110.448	En adelante	\$12.172	\$29.430

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos - Encuesta de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (2012) y Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (2021)

No obstante, se puede observar grandes diferencias entre los pagos del Impuesto a la Renta promedio entre cada régimen. A pesar de que los incrementos resultan en algunas categorías superiores al 100%, se realiza una relación con respecto al Ingreso anual Neto del individuo. Con la ayuda de la Tabla 7 se puede hacer algunas inferencias, entre estas destacan las siguientes: en primer lugar, se subraya el cumplimiento de progresividad dentro de la tabla, sin embargo, el impacto promedio sobre el Ingreso Neto para el régimen tributario del 2021 se encuentra en 3%, mientras que para el año 2022 es del 7% tomando en cuenta a todas las categorías en las que se realiza el pago del Impuesto a la Renta.⁴

Un aspecto importante dentro del análisis de la Tabla 6 radica en el impacto entre legislaciones tributarias, pues como se puede observar el grupo que vio incrementado en mayor medida el pago promedio del Impuesto a la Renta es la categoría cinco (individuos que cuentan con ingresos alrededor de \$2.000 y \$3.000). Por lo que, a pesar de confirmar el principio de progresividad dentro del nuevo régimen, sería importante revisar que el impacto dentro de cada categoría sea proporcional, con la finalidad de evitar deterioros en la calidad de vida de ciertos individuos.

Tabla 7. Cálculo del pago del Impuesto a la Renta promedio por categoría

Categoría	Ingreso mensual mínimo	Ingreso mensual máximo	Impacto sobre el Ingreso Neto 2021	Impacto sobre el Ingreso Neto 2022
1	\$0	\$12.480	0%	0%
2	\$12.492	\$15.912	0%	0%
3	\$15.924	\$19.884	0%	0%
4	\$19.896	\$23.880	0%	1%
5	\$23.892	\$34.920	0,1%	3,7%
6	\$34.932	\$45.972	2,4%	6,7%
7	\$45.984	\$57.012	4,6%	9,3%
8	\$57.024	\$68.052	6,0%	11,8%
9	\$68.064	\$110.436	5,1%	16,8%
10	\$110.448	En adelante	8,7%	21,1%
Promedio			3%	7%

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos - Encuesta de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (2012) y Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (2021)

En segundo lugar, se puede observar que el Impacto sobre el Ingreso Neto promedio bajo la legislación tributaria del presente año es mayor en comparación con la anterior, por ejemplo, en el año 2021 cuando el individuo se encontraba con un Ingreso mensual mayor a \$9.204 el individuo paga en promedio un 9% de Impuesto a la Renta sobre su Ingreso Neto, mientras que para el año 2022 este pago representa el 21%. A pesar de que el pago del Impuesto para el 2022 surge a partir de la cuarta categoría (suceso que no ocurría en el régimen del año 2021), el pago promedio termina afectando en mayor medida a las categorías superiores.

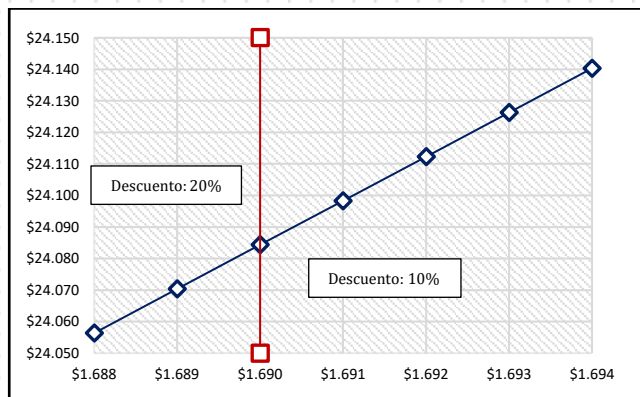
El causante del gran incremento del pago del Impuesto a la Renta dentro del nuevo régimen tributario radica principalmente a los cambios dados dentro de los Gastos Personales Deducibles para el año 2022. Como se sabe según el SRI (2022), la rebaja de estos Gastos se considerará como límite máximo siete veces la CFB, ubicado en \$719,65 para el mes de diciembre. Además, establece que si los Ingresos brutos anuales (incluye ingresos exentos) son mayores a 2,3 veces la Fracción Básica Desgravada (\$11.310) entonces el descuento máximo que recibirá será del 10%, mientras que si es menor a dicha cantidad el descuento se encontrará en 20% SRI (2021). Este cambio resulta relevante para el estudio puesto que a diferencia del año 2021 cuando se podía deducir hasta el 50% de los Ingresos gravados sin que superen los valores de \$14.575,60 en la actualidad el valor máximo a descontar sería de \$1.007,54 (SRI, 2021).

Los cambios dentro de los Gastos deducibles dentro del régimen tributario vigente y anterior, termina siendo un factor determinante para el incremento del pago del Impuesto a la Renta en promedio. Por lo que se podría afirmar que la población se vería afectada puesto que no existen otras condiciones que permitan a la persona deducir sus Gastos, por lo que se puede esperar un fuerte impacto dentro de la capacidad de adquisición de la población ecuatoriana.

Otro dato relevante que se encontró con ayuda del estudio, fue el punto bajo el cual, según los supuestos planteados en la investigación, el individuo pasa a tener un descuento

⁴ No se contabiliza el porcentaje cuando el Impacto en el Ingreso Neto es igual al 0%.

del 20% al 10%. En la Figura 2 se puede observar que este punto se encuentra cuando el individuo tiene un ingreso de \$1.690, a partir de este ingreso si el individuo obtiene \$1 adicional, el descuento sobre el IR causado será del 10%, mientras que cualquier valor menor o igual al mismo le otorgará un descuento del 20%.



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de la investigación (2022)

Figura 2. Punto Crítico para el Descuento de Impuesto a la Renta.

Por último, el análisis resultó interesante al momento de estimar la recaudación tributaria promedio para cada una de las categorías. En la Tabla 8 se presenta dicho cálculo, en donde se puede encontrar que la mayor recaudación en promedio para el año 2022 se da en la quinta categoría, mientras que para el 2021 esta se encontraba en la sexta categoría. A pesar de que existe un alto impacto dentro de los rangos mencionados anteriormente, es importante tener en cuenta el número de personas que se encuentran dentro de cada clase. Es importante destacar que en el año 2021 más del 50% de la población ecuatoriana se encuentra con un salario superior a \$550, sin embargo, solo el 10% cuenta con ingresos mayores a \$1.500, por lo que estos cambios en el Impuesto a la Renta tendrían un efecto mayor en esta población (Lucero, 2021).

Tabla 8. Recaudación Tributaria Promedio

Categoría	IR por pagar 2021	IR por pagar 2022	Número de personas	Recaudación Tributaria Promedio 2021	Recaudación Tributaria Promedio 2022
1	\$0	\$0	3'250.606	\$0	\$0
2	\$0	\$0	153.550	\$0	\$0
3	\$0	\$0	84.730	\$0	\$0
4	\$0	\$228	44.551	\$0	\$10'175.176
5	\$37	\$1.195	52.027	\$1'928.961	\$62'162.559
6	\$1.041	\$2.945	16.465	\$17'135.972	\$48'491.075
7	\$2.541	\$5.196	5.136	\$13'050.958	\$26'684.613
8	\$4.041	\$7.945	2.689	\$10'865.126	\$21'363.271
9	\$4.935	\$16.160	2.347	\$11'582.014	\$37'928.219
10	\$12.172	\$29.430	559	\$6'804.213	\$16'451.253

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos - Encuesta de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (2012) y Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (2021)

En 2022 a pesar de que la recaudación a partir de la séptima categoría es menor a las dos anteriores, el número de personas en las mismas es reducido, por lo que se podría afirmar el principio de progresividad dentro de la nueva reforma presupuestaria. Además, a pesar de que la mayor recaudación se da en la quinta categoría con la aplicación de la nueva reforma, esta se encuentra sostenida por una

mayor cantidad de personas en comparación con las categorías superiores, quienes tienen que enfrentar altos pagos de este impuesto (13% del Ingreso Neto en promedio en las últimas cuatro categorías, siendo en el anterior régimen un impacto del 5% aproximadamente). Asimismo, es interesante destacar que el pago de la última categoría es superior a los demás, alcanzando el 21% del Ingreso Neto en promedio para los contribuyentes que se ubiquen en sus ingresos superiores a \$110.448 en adelante.

Este incremento en la Recaudación Tributaria cumple con las expectativas planteadas por el Servicio de Rentas Internas para el presente año, debido a los cambios que se presentan tanto en la deducción de Gastos Personales, así como la adición de una categoría más para el pago de este tributo. Dentro de lo planteado por el Gobierno Central se espera que estos cambios tributarios provoquen un aumento en la recaudación cercana a los 800 millones de dólares, sin embargo, esta cifra incluye aquellos diversos cambios como son: Impuesto a la Renta, Impuesto a la Salida de Divisas, Impuesto al Patrimonio, entre otras (Orozco, 2022).

Para finalizar, es necesario explicar que el efecto de la recaudación no viene dado solamente por el cambio en la Reforma Tributaria, sino también por un incremento en las ventas, ya que según Tapia (2022) estas contribuciones permitieron al país recaudar un 29% más que en periodos similares llegando a alcanzar los \$11.781 millones.

Conclusiones

Se desarrolló una evaluación de los cambios en la forma de cálculo del impuesto a la renta para personas bajo relación de dependencia; dentro de un tipo de investigación descriptivo. Los resultados de la comparación de la normativa tributaria vigente y anterior sobre el cálculo del Impuesto a la Renta; determinó cambios en la Base Imponible, resaltando la imposibilidad de deducir Gastos personales; sustituyéndose estas deducciones con una rebaja del impuesto de un 10% o 20% de siete veces la CFB; el porcentaje de rebaja dependerá de los Ingresos brutos de los contribuyentes.

A partir del análisis de la población en relación de dependencia se encontró que el 88% de la misma cuenta con ingresos mensuales de entre \$0 y \$1.040, mientras que el 12% cuenta con ingresos superiores. Las Reformas Tributarias que elimina la posibilidad de deducir Gastos deducibles hasta el 50% del total de ingresos o el 1,3 veces la fracción básica desgravada de Impuesto a la Renta, provocan un incremento en el pago del Impuesto a la Renta que en términos monetarios es significativo para personas con una escala de ingreso mensual mayor a \$ 1.658, encontrándose que el mayor impacto se encuentra en aquellos contribuyentes que se cuentan con ingresos mensuales entre de \$2.000 y \$3.000.

Con el objetivo de profundizar en el análisis del incremento del Impuesto a la Renta se estableció una relación con respecto al Ingreso anual Neto del individuo; encontrándose que contribuyentes con un Ingreso mensual entre \$1.991 y

\$2.910 con la reforma tributaria destinarán 3,7% de sus ingresos para cancelar este impuesto, incrementándose con respecto al 2021; en el que se destinaba un 0,1% del ingreso mensual para pago de impuesto. Se observa que el impacto sobre el Ingreso Neto promedio bajo la legislación tributaria del presente año es mayor en comparación con la anterior, por ejemplo, en el año 2021 cuando el individuo se encontraba con un Ingreso mensual mayor a \$9.204 el individuo paga en promedio un 9% de Impuesto a la Renta sobre su Ingreso Neto, mientras que para el año 2022 este pago representa el 21%. A pesar de que el pago del Impuesto para el 2022 surge a partir de la cuarta categoría (suceso que no ocurría en el régimen del año 2021), el pago promedio termina afectando en mayor medida a las categorías superiores.

Por último, se analizó la recaudación tributaria promedio esperada para cada escenario; determinándose que la concentración se encontrará en la escala de personas bajo relación de dependencia que presentan sueldos promedio entre \$1041 y \$2.945. Sin embargo, a pesar de que la mayor recaudación se da en la quinta categoría con la aplicación de la nueva reforma, esta se encuentra sostenida por una mayor cantidad de personas en comparación con las categorías superiores, quienes tienen que enfrentar altos pagos de este impuesto (13% del Ingreso Neto en promedio), cumpliéndose de esta manera el principio de progresividad.

Un sector que no ha sido analizado dentro de esta investigación es el impacto dentro de los emprendimientos, debido a que el incremento en el pago del IR provoca una reducción sobre la liquidez de los contribuyentes. Esto provoca que los mismos no participen de manera activa en la creación de nuevas oportunidades de trabajo debido a las dificultades que estos encuentran durante este proceso. Estos problemas añadidos a la pandemia COVID-19, plantea un freno al mercado laboral ecuatoriano que se encuentra abrumado por las diversas reformas planteadas por el gobierno. A pesar de que el pago del IR se encuentra exentos a los emprendedores y negocios populares que se dediquen a la prestación de servicios profesionales, actividades agropecuarias, actividades de transporte entre otros, debería revisarse si estos incentivos pueden ser aplicables a más actividades que permitan una recuperación de este sector tan golpeado durante los últimos tres años.

Este análisis ha permitido demostrar que estas modificaciones en el pago del Impuesto a la Renta han dejado inalterado los principios establecidos en la Constitución del Ecuador (2008): “[...] generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudadora”. Sin embargo, el problema inicia cuando los mismos no inducen a que este pago resulte equitativo para toda la población, por lo que sería conveniente que en próximas Reformas Tributarias realizadas por el Gobierno Central analice el efecto que se tendría entre cada uno de los rangos establecidos para el pago del Impuesto a la Renta.

Por lo que, una de las recomendaciones que se realiza mediante este artículo es la revisión de la Ley, por la incertidumbre jurídica y económica que provoca este tipo de reformas que se encuentra vinculado a una época que se caracteriza por una rápida reactivación económica en una crisis sistémica, que provoca la toma de decisiones de una manera veloz pero que no termina siendo eficiente y eficaz para nuestro país.

Referencias

- Administración Federal de Ingresos Públicos. (2022). *Administración Federal de Ingresos Públicos*. Obtenido de AFIP <https://www.afip.gob.ar/gananciasYBienes/ganancias/sujetos/empleados-y-jubilados/deducciones-personales.asp>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson Education.
- Briones, F. (5 de Octubre de 2022). Gobierno apunta a una recaudación de impuestos de más de \$16.000 millones. *Diario La Hora*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2020 de Octubre de 2008). Sección quinta: Régimen Tributario, Artículo 300. *Ministerio de Defensa Nacional*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2022). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Obtenido de DIN: https://www.dian.gov.co/impuestos/personas/Renta_Personas_Naturales_2017/Clasificacion_y_definicion_Rentas_Cedulares/Rentas_de_Trabajo/Paginas/default.aspx
- Dirección General Impositiva. (2022). *Dirección General Impositiva*. Obtenido de DGI <https://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,personas,personas-irpf--rentas-de-trabajo-dependiente-%20informacion-gral,O,es,0>,
- Época Negócio. (1 de Marzo de 2021). *Época Negócio Online*. Obtenido de Época Negócio <https://epocanegocios.globo.com/columnas/Financas-de-Bolso/noticia/2021/03/impuesto-de-renda-2021-quais-despesas-podem-ser-deduzidas.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2012). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales (ENIGHUR). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de INEC <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2021). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de INEC <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/enemdu-2021/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). Serie Histórica del IPC. *Instituto Nacional de*

- Estadística y Censos*. Obtenido de INEC <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>
- Lucero, K. (3 de Junio de 2021). Sí, casi la mitad de ecuatorianos gana más de \$ 550, pero ¿quiénes son realmente ricos? *Revista Gestión*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/si-casi-la-mitad-de-ecuatorianos-gana-mas-de-550-pero-quienes-son>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (30 de Octubre de 2022). *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de Ministerior de Finanzas: <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/10/1-Justificativo-Proforma-2022-1.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (5 de Noviembre de 2022). *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de Ministerior de Finanzas: https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/03/Informe-Ejecucion-PGE_2021_VF31032022.pdf
- Orozco, M. (3 de Enero de 2022). Calendario tributario: siete cambios para empresas y contribuyentes. *PRIMICIAS*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/calendario-tributario-cambios-empresas-contribuyentes-ecuador/>
- Presidencia de la República del Ecuador. (Diciembre de 31 de 2021). Fiel View. Obtenido de https://www.fielweb.com/App_Themes/InformacionInteres/Decreto_Ejecutivo_No._304.pdf
- Primicias. (5 de Julio de 2022). El pago del Impuesto a la Renta de empresas y personas naturales crece 28%. *Primicias*.
- Reglamento a la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal Tras la Pandemia COVID-19. (29 de Diciembre de 2021). *Asociación de Bancos del Ecuador*. Obtenido de AsoBanca <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/12/Decreto-Ejecutivo-Nro.-304-Reglamento-Ley-de-Sostenibilidad-Fiscal-contra-el-Covid-19.pdf>
- Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario interno. (08 de Junio de 2020). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/2f052de7-67ff-43b0-bfe2-65f42db24c93/REGLAMENTO+APLICACION+DE+LA+LEY+DE+REGIMEN+TRIBUTARIO+INTERNO.pdf>
- Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria. (04 de Agosto de 2020). *Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación*. Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/02/REGLAMENTO-PARA-LA-APLICACION+DE-LA-LEY-ORGANICA-DE-SIMPLIFICACION+Y-PROGRESIVIDAD-TRIBUTARIA.pdf>
- Sempértegui Abogados. (2021). Recordatorio para los empleadores que actúen como agentes de retención del Impuesto a la Renta de sus trabajadores. *Sempértegui Abogados*. Obtenido de Sempértegui Abogados: <https://www.sempertegui.com/tag/impuesto-a-la-renta/>
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2021). Guía para la declaración del Impuesto a la Renta del año fiscal 2021 para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad. *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/64d61495-5d88-4915-b11d-16518133d9af/GUIA%20DE%20IR%202021.pdf>
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2022). Impuesto a la Renta. *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>
- Tapia, E. (31 de Agosto de 2022). Sube la recaudación tributaria en 29% por más ventas y reforma. *PRIMICIAS*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/recaudacion-tributos-reforma-ventas/>
- Virtualex. (31 de Diciembre de 2021). Cómo será la retención del impuesto a la renta a trabajadores, presentación de proyección de gastos y anexos, según Reglamento de Ley de Desarrollo Económico. *Virtualexec: Normativa Contable y Legal*.

Factores motivacionales para el emprendimiento de negocios de cocina oculta Motivational factors for the entrepreneurship in dark kitchen businesses

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/revista/index.php/bcoyu/article/view/1959/version/2613>

Dennisse Vera-Pacheco¹; Shirley Segura-Ronquillo²

Fecha de recepción: 26 de marzo de 2022

Fecha de aceptación: 30 de marzo de 2023

Resumen

La subsistencia económica y satisfacción de necesidades representan factores que a priori podrían motivar a toda persona a emprender un negocio. Emprender pareciera algo fácil e ingenioso si se tiene una idea de producto innovador que simplifique procesos y costos. La cocina oculta ha explorado este campo amplio y complejo de hacer negocios y en el presente estudio se identifican los factores que motivan el emprendimiento formal de negocios de cocina oculta. La metodología aplicada es de corte descriptiva y transversal. El trabajo de campo consistió en la búsqueda exhaustiva de establecimientos formales de cocina oculta en el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Se identificaron 64 establecimientos legalmente constituidos. Los hallazgos muestran que las crisis marcan la presencia de estos negocios desarrollados por adultos jóvenes con estudios universitarios y en el segmento de comidas rápidas. Se determinó que el conocimiento y la experiencia laboral son los factores que motivan a los profesionales a emprender, y los factores menos motivadores, pero no menos importantes, están relacionados con aspectos sociales y de recursos como obtener ingresos económicos altos, un mejor estatus social, invertir sus recursos propios y las políticas públicas de estímulos para el emprendimiento.

Palabras clave: Cocina oculta, emprendimiento, emprendedor, factores motivacionales, alimentos y bebidas.

Abstract

The economic subsistence and need's satisfaction represent factors that a priori could motivate everyone to start a business. Undertaking seems easy and ingenious if you have an idea for an innovative product that simplifies processes and costs. The dark kitchen has explored this broad and complex business' arena and this study has identified the factors that motivate the formal entrepreneurship of dark kitchen businesses. The applied methodology is descriptive and cross-sectional. The field research consisted of an exhaustive search for seeking the formal dark kitchen establishments in the northern of Guayaquil. There have been identified 64 legally constituted. The findings show that crises mark the presence of these businesses developed by young adults with university studies, in the fast-food segment. It was determined that knowledge and work experience are the factors that motivate professionals to start a business, and the least motivating factors, but no less important, are related to social and resource aspects such as obtaining high economic income, a better social status, invest their own resources and public policies to stimulate entrepreneurship.

Keywords: Dark kitchen, entrepreneurship, entrepreneur, motivational factors, food & beverage.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Facultad de Economía y Empresa. Guayaquil - Ecuador. E-mail: dennisse.vera01@cu.ucsg.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1658-9839>

² Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Facultad de Economía y Empresa. Guayaquil - Ecuador. E-mail: shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7377-9316>

Introducción

El contexto económico-social actual tras la pandemia causada por el COVID-19 y sus variantes, ha suscitado un inminente cambio de pensamiento, forma de vida y acciones a nivel empresarial y de consumo. Todos los sectores económicos fueron afectados por las medidas restrictivas de movilidad, el confinamiento y la pérdida de confianza general ante el inminente riesgo de contagio. Los empresarios reorganizaron sus procesos y sistemas de entrega de productos y servicios, mientras que los consumidores modificaron sus prioridades de consumo y formas de abasto.

Es así que se desplegaron los negocios de cocina oculta, a puerta cerrada, que son instalaciones diseñadas para producir, de manera exclusiva, alimentos solo para la entrega (Shigihara, 2020); no existe un punto de encuentro con el comensal y las entregas se gestionan bajo pedidos en línea, un modelo rentable por el ahorro en costos que representa su montaje y el diseño de espacios (Ye & Jones, 2020), contratación de personal de atención al cliente, entre otros, siendo el servicio de entrega a domicilio un elemento decisivo de este tipo de negocio (Gössling, Scott, & Hall, 2020). Esta investigación se orientó hacia la búsqueda e identificación de negocios formales de cocina oculta en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de presentar los factores que motivaron la creación de estos emprendimientos.

El emprendimiento y sus motivaciones

Emprender en este contexto es la actividad que realiza una persona que participa activamente para iniciar o administrar un nuevo negocio (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2021; el nombre puede ser traducido como "Monitor de Emprendimiento Global"). También es definido como un fenómeno socioeconómico que permite el desarrollo de la comunidad (Raofi, Afghah, & Hoshyar, 2014), multidimensional, centrado en los individuos que crean empresas, motivados por la oportunidad de obtener ganancias, la satisfacción personal e independencia (Hisrich & Drnovsek, 2002); también involucra la innovación y aprovechamiento de oportunidades (Raofi, Afghah, & Hoshyar, 2014), por lo que el proceso emprendedor empieza con la identificación del potencial de conocimientos y habilidades que marcan el punto de partida para la concepción del negocio, y de aquí se pueden diferenciar dos etapas clave para perfilar el tipo de emprendimiento. Siempre que exista algún pago o retribución a cualquier persona, incluyendo el dueño, por más de tres meses (emprendimiento naciente) y menos de 42 meses son considerados nuevos empresarios, en cambio aquellos establecimientos donde se han pagado remuneraciones por más de 42 meses se los considera negocios establecidos. (Amorós, 2011)

Los emprendimientos son muy variados y surgen según las condiciones socioeconómicas, nivel de educación, preferencias y circunstancias propias de cada emprendedor como la situación familiar, sus emociones y el nivel de vida (Díaz de León & Cancino, 2014) y las motivaciones para emprender se asocian según el contexto específico de cada

individuo, "sus experiencias, el entorno y su estado consciente y subconsciente" (Vera, 2021, p. 32). Estudios como el de Zambrano y Lasio (2019) se enfocaron en examinar actitudes, aspiraciones y acciones de la juventud desempleada del Ecuador, con miras a detectar oportunidades estratégicas para aprovechar su potencial para la creación de emprendimientos. De los resultados mostrados el 32% de la población entre 18 y 34 años han emprendido un negocio con un periodo de funcionamiento menor a 42 meses, destacando una diferencia significativa entre los grupos de 18 a 24 años y de 25 a 34 años siendo el grupo etario de 25 a 34 años los que mostraron la mayor tasa (36%) en relación al menor grupo etario de 18 a 24 años (28%), además, el 69% de estos jóvenes emprendedores fueron motivados por una oportunidad. También mostraron una existencia de brecha de género al ser los hombres quienes emprenden más, pero las mujeres están más motivadas por necesidad. Por otra parte, este estudio también denota que, conforme aumenta la edad de los emprendedores, cambian sus motivaciones, siendo que a más temprana edad se emprende por aprovechar una oportunidad y a mayor edad se emprende por necesidad.

La iniciativa de emprender nace de motivaciones intrínsecas y extrínsecas (Staniewski & Awruk, 2015) del ser humano que busca innovar y crear nuevas formas de generar recursos y satisfacer necesidades. La motivación intrínseca se relaciona con aquellos impulsos internos o rasgos empresariales que inducen a los emprendedores a la acción, en cambio la motivación extrínseca se relaciona con los incentivos y factores externos (Vale, Correa, & Reis, 2014) que dan lugar a diferentes contextos para emprender.

Los emprendimientos se pueden originar motivados por la oportunidad o la necesidad (Amorós & Bosma, 2014; López & Rivera, 2020). Los primeros son más comunes en países desarrollados (Amorós & Bosma, 2014) y en sectores de mayor innovación y tecnología, también se asocian a zonas de alta concentración turística (Marchant, 2010) y surgen para mejorar la calidad de vida y crear riqueza en las economías locales (Díaz de León & Cancino, 2014). Los emprendedores motivados por oportunidad tienen más éxito ya que su enfoque es analizar y aprovechar oportunidades en el mercado incorporando herramientas que le generen beneficios (López & Rivera, 2020).

Los emprendimientos motivados por la necesidad son más bien negocios de subsistencia, en sectores primarios, muy comunes en países en desarrollo o en condiciones de pobreza (Amorós & Bosma, 2014) pero sobre todo es un mecanismo de supervivencia para quienes no cuentan con empleo, tienen bajo nivel de educación, ofrecen un producto que conocen, pero carecen de análisis del mercado (Díaz de León & Cancino, 2014) y visión a largo plazo.

Staniewski y Awruk (2019) identificaron tres factores que motivan a emprendedores potenciales a comenzar sus negocios: 1) la autorrealización y la autosatisfacción con un impacto del 63%, 2) la posibilidad de obtener las mayores ganancias en su segmento de mercado (48%) y 3) con un impacto del 30% por la independencia que tienen en la toma de decisiones. El primer factor está más relacionado con

las necesidades de Maslow, el segundo y tercero con la motivación de logro asociado a alcanzar el mejor resultado posible con estándares de perfección. Morales-Gualdrón, Gutiérrez-Gracia y Roig-Dobón (2009) presentaron un modelo de constructo, cuantitativo y cualitativo, multidimensional de la motivación emprendedora en la academia en el cual determinaron que la motivación emprendedora se compone de seis grandes grupos o dimensiones motivacionales que se presentan en la tabla 1. Vera (2021) presentó esas seis dimensiones que fueron abordadas en el estudio de Marulanda, Montoya y Vélez (2019) y que incluye al menos 25 motivaciones intrínsecas y extrínsecas que caracterizan a los emprendimientos por oportunidad y por necesidad.

Tabla 1. Motivaciones relacionadas con el emprendimiento

Dimensión	Motivaciones
Personal	Cumplir con un sueño, meta o reto personal Tener autonomía e independencia laboral Mejorar mi entorno laboral Tener mayor flexibilidad de tiempo y horarios Tener un medio de subsistencia Obtener altos ingresos económicos Construir un negocio, sea individual o de naturaleza familiar
Conocimiento	Explotar comercialmente el conocimiento, innovación y la experiencia personal Explotar comercialmente una innovación generada a partir del conocimiento y la tecnología provisto por otros. Poner en práctica las habilidades de emprendimiento
Oportunidad	La detección de una necesidad insatisfecha El descubrimiento de un nuevo producto/servicio El desarrollo de un nuevo método de producción La disponibilidad de una red de contactos en el mercado potencial.
Recursos	La posibilidad de financiamiento público o privado. Invertir los recursos financieros propios o de mi familia Políticas públicas y estímulos para el emprendimiento
Experiencia laboral	Inconformidad con la situación laboral cuando era empleado. Terminación de vinculación laboral e imposibilidad de encontrar nuevo empleo Oportunidad de continuar en la misma área, pero en empresa propia
Entorno social	Continuar con una tradición familiar de emprendedores. La influencia de los amigos. Seguir el ejemplo de empresas o proyectos exitosos. Lograr un mejor status social. Contribuir al bienestar de la comunidad

Fuente: Denisse Vera, *Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio de cocina oculta en la ciudad del Guayaquil* (2021), p. 59.

El emprendimiento de cocinas ocultas

Las cocinas ocultas son instalaciones diseñadas para producir alimentos exclusivamente para la entrega (Shigihara, 2020, tomado de Vera, 2021) por medio de prestadores de servicios de entregas a domicilio como Uber Eats, Rappi, PedidosYa, entre otros, cuyo servicio distintivo es la entrega rápida e inmediata del producto, como si el comensal estuviese esperando su pedido en la mesa del restaurante. Solo existen en el mundo digital, no tienen fachada física para el cliente. (British Broadcasting Corporation [BBC], 2020; el nombre puede ser traducido como “Corporación Británica de Radiodifusión”)

Para los restaurantes existentes, este modelo de negocio es una herramienta para asegurar su continuidad y mejorar la competitividad, ya que eficientiza los costos, reduce considerablemente los costos de inversión en infraestructura de comedor, parqueos y personal de servicio, entre otros y, gracias a los medios digitales, permite una mayor cobertura del mercado (Aguirre, 2021).

Uno de los retos para el éxito de un negocio de cocina oculta es la planificación de la logística de transporte para cumplir con los tiempos de entrega del producto.

Muchos restaurantes se han convertido en cocinas ocultas por necesidad y otros, forzados a ofrecer como servicio alternativo la preparación de alimentos a puertas cerradas, con entrega a domicilio, para contrarrestar la crisis que, en términos generales, es el momento en el cual es innegable el papel de los emprendimientos como nuevas oportunidades para la subsistencia (Guamán et al., 2021). Choudhary (2019) identificó cinco elementos que han popularizado el surgimiento de las cocinas ocultas: 1) la competencia ardua en la industria de los restaurantes, los reducidos márgenes de ganancia que conllevan a debilitar la liquidez de los negocios y el cierre de los mismos; 2) el cambio de las preferencias de los clientes quienes optan por la entrega a domicilio, sea por el limitado tiempo para acudir diariamente a un restaurante o por los riesgos de exposición a contagios; 3) la reducción de costos operativos como el arriendo, los salarios, los costos asociados al diseño y ambiente de la infraestructura de restaurantes; 4) mejorar la calidad de la comida, por cuanto al reducirse los costos fijos operativos, la liquidez del negocio permite invertir más en los costos directos asociados al productos y 5) el incremento del ingreso para disposición personal para un consumidor que cada día es más consciente de su salud e invierte un estilo de vida saludable.

La influencia de las cocinas ocultas en la transformación del mercado de restaurantes ha sido generada por el auge del Internet (Garrefa & Silva, 2020, tomado de Vera, 2021, p. 42); grandes, medianos y pequeños empresarios están presentes en las redes sociales ofreciendo sus productos y servicios siendo la mentalidad innovadora el principal elemento generador de valor agregado indispensable para el crecimiento bajo este modelo (Revista Vistazo, 2021).

La formalidad de los emprendimientos

El estudio del emprendimiento, al igual que el estudio de la formalidad e informalidad de los negocios, son fenómenos complejos que abarcan diversas realidades (Sánchez, 2014), no solo lo económico y social, sino lo substancial intrínseco del ser humano que emprende. Se han abordado diversos análisis sobre los emprendimientos de subsistencia y los emprendimientos de oportunidad (Williams, Round & Rodgers, 2009; Amorós & Bosma, 2014; Díaz de León & Cancino, 2014; Vale, Corrêa & Reis, 2014), destacando la diferencia marcada entre la necesidad de emprender para obtener un ingreso frente a la falta de empleo o ingresos insuficientes y la necesidad de crear un negocio como actividad permanente y sostenible para el sustento y logro personal.

Las economías de América Latina tienen un gran número de empresarios, pero un pobre desempeño en la actividad emprendedora (Amorós, 2011) para generar competitividad y bienestar, y tampoco han consolidado la innovación dentro de su dinámica empresarial (Kantis, 2004). Ciertamente la capacidad emprendedora, pero sobre todo la capacidad de sostener un negocio, está asociada en parte al conocimiento.

La necesidad de obtener ingresos es el motor principal de emprendimientos no planificados y estructurados como modelo de negocio y se asocia a la falta de conocimientos para gestionarlos. La realidad a la que se enfrentan los países es el crecimiento incipiente, en algunos casos, del segmento emprendedor, que por un lado genera aportes significativos a la producción y consumo, pero, por otro lado, brinda apertura a la informalidad, misma que puede resultar un tanto compleja de precisar y cuantificar dado la forma en que se origina, y la escasa información al respecto. De acuerdo con el Banco Mundial las empresas para ser formales deben estar registradas en organismos competentes (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014, tomado de Vera, 2021, p. 16), esto implica contar con su Registro Único de Contribuyentes (RUC), declarar y pagar impuestos, afiliación de empleados (y autofiliación) a la seguridad social, entre otros. La informalidad, como se analizó en los emprendimientos por necesidad puede nacer a raíz de la falta de empleo en el sector formal, pero a su vez, la posibilidad de que estos emprendimientos se sumen a la oferta de emprendimientos formales es muy escasa (Sánchez, 2014). Estudios como el de Santander (2013) apuntalan a la capacitación y el acompañamiento como medidas para alejar la informalidad del comportamiento empresarial, contribuir a la reducción del subempleo y la evasión tributaria.

Las cifras presentadas por el GEM (2020) en su último reporte publicado mostraron que Ecuador en el año 2019 presentó una TEA [Total early-stage Entrepreneurial Activity, por sus siglas en inglés] de 36,2% superior a la TEA del año 2017 que fue de 29,62%. La tasa de emprendedores nacientes y nuevos en el 2019 fue del 37,7% porcentaje superior al del 2017 que fue de 31%. Las cifras presentadas por el GEM en el 2017 mostraron que Ecuador fue el segundo país con la TEA más alta de la región; ésta representó un 36,2% de emprendedores nacientes y nuevos; en cambio, la proporción de negocios establecidos representó el 15,4% y la tasa de cierre de negocios emprendidos es del 9,3%, siendo superior en toda la región. Estos datos muestran que Ecuador tiene la tasa más alta de emprendimientos, pero insostenibles dado que la tasa de negocios establecidos al 2019 disminuyó a 14,7%, es decir, que los emprendimientos no logran superar el tiempo de permanencia en el mercado para considerarse un negocio establecido. Dada la relevancia que tienen los emprendimientos desde su contribución a la economía formal es importante aportar teóricamente a la identificación de los factores que motivan a los emprendedores a estructurar un negocio formal.

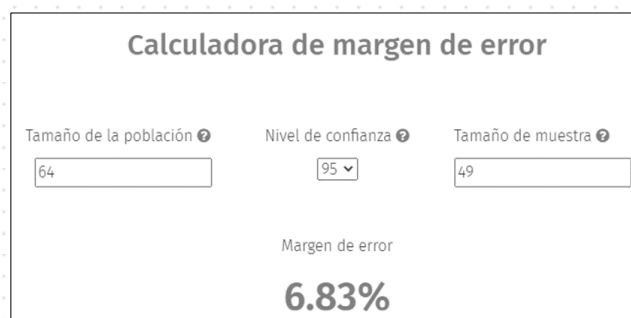
Metodología

El producto de este trabajo se basa en un diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo, se analizaron los factores que motivan la creación de negocios de cocina oculta desde un contexto poco explorado en la realidad económica, social y cultural, pero que pretende describir un fenómeno (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). El estudio se desarrolló en el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Sin una precisión de la cantidad de negocios bajo este concepto, se desarrolló una búsqueda

exploratoria en los medios sociales [redes sociales] y plataformas de servicio de entrega a domicilio [delivery service] tales como Rappi y PedidosYA y, en el Catálogo de Emprendedores 2021 de la Muy Ilustre Municipalidad de la ciudad de Guayaquil. Se identificaron 64 negocios de cocina oculta que prestan sus servicios de venta de comida otorgando comprobantes de venta autorizados a sus clientes, es decir, cuentan con RUC y permisos municipales de funcionamiento. Es importante mencionar que estos establecimientos incluyen tanto a los emprendimientos nacientes como a los negocios ya establecidos (Amorós, 2011) y que se han seleccionado aquellos que operan desde la formalidad por cuanto el SRI establece que todas las personas que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC y la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, declara que los emprendimientos deben registrarse.

En la revisión de literatura se identificaron los factores que promueven el emprendimiento (Marulanda, Montoya y Vélez, 2019) para su aplicación en la investigación de campo que inició con el acercamiento a los negocios por medio de su contacto en redes sociales y vía telefónica para confirmar su modelo de negocio de cocina oculta y su participación en la investigación. Se aplicó un cuestionario estructurado en dos partes: 1) datos del emprendedor en relación a su grupo etario, género, nivel de estudios y 2) las 25 motivaciones agrupadas en las seis dimensiones descritas en la tabla 1, con medición en escala de Likert con cinco opciones de respuestas: muy importante (5), importante (4), indiferente (3), poco importante (2) y sin importancia (1).

Se recopilaron datos de 49 de los 64 negocios identificados cuyos propietarios decidieron de manera voluntaria participar del estudio. Esta muestra de 49 participantes representa un margen de error de 6,83% en relación a los resultados generados de la encuesta.



Fuente: QuestionPro.com, Calculadora de margen de error (2022).

Figura 1. Estimación del margen de error basado en un nivel de confianza del 95%

Se validó la fiabilidad del instrumento mediante el coeficiente de alfa de Cronbach y se obtuvo como resultado 0,711 que representa una fuerte confiabilidad (Cronbach, 1951). La recogida de datos se realizó entre agosto y septiembre 2021.

Resultados

Los negocios de cocina oculta conocidos por su traducción al inglés como “dark kitchens” han representado la mejor oportunidad para emprender en el país, en especial durante la pandemia, periodo en el cual las marcas virtuales y cocinas ocultas despegaron en Ecuador y han ganado impulso gracias al crecimiento de los sistemas de logística de entregas a domicilio para los cuales al menos el 5% de los pedidos que entregan provienen de marcas virtuales (Revista Vistazo, 2021). Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (Senadi, 2020), a inicio de pandemia se registraron solamente 2.604 marcas (entre marzo y julio) cuando en el 2019 cerraron con el registro de 20.653 marcas. Y aunque en pandemia muchos negocios se vieron obligados a cerrar, en especial los negocios de alimentos y bebidas que se redujeron un 54% aproximadamente en la ciudad de Guayaquil, por otro lado, muchas personas que quedaron desempleadas comenzaron a cocinar desde sus casas como una vía para generar ingresos frente a la falta de empleo o limitaciones para continuar con otros tipos de negocios. Al mismo tiempo, aquellos empresarios y emprendedores restauranteros que no tenían un modelo de negocio de entrega a domicilio, tuvieron que reinventar y reorganizar sus procesos, para poder operar desde sus cocinas, a puerta cerrada, impulsando con esto la permanencia y subsistencia del negocio.

La dinámica del modelo de negocio resultó bastante sencilla en especial para quienes vieron una oportunidad de negocio y decidieron invertir para sistematizar sus procesos, digitalizar sus menús en códigos QR y crear una marca para comercializarla en redes sociales. Este escenario se volvió propicio para conocer las motivaciones reales detrás de los emprendedores de cocinas ocultas en la ciudad de Guayaquil. Se realizó la segmentación de los 64 emprendimientos formales seleccionados los cuales cumplían con requisitos básicos para ser incluidos en este estudio como la formalidad de los mismos, respaldados en la existencia de un RUC, la entrega de comprobantes de venta vigentes y que su servicio sea a puerta cerrada solo con entrega a domicilio. En relación a estos resultados, Vera (2021) muestra en la tabla 2 que los 64 negocios identificados son muy variados en cuanto al tipo de comida ofrecida siendo la mayor concentración de estos negocios la venta de sushi (39,1%), comida rápida (20,3%) y comida ecuatoriana (10,9%).

Tabla 2. Negocios de cocina oculta identificados para la investigación

Negocios de cocina oculta	Negocios participantes	% participación
Sushi	25	39,1%
Comida rápida	13	20,3%
Comida ecuatoriana	7	10,9%
Comida saludable	6	9,4%
Piqueos	4	6,3%
Parrilladas, pollo asado	4	6,3%
Comida internacional (italiana, mexicana, española)	3	4,7%
Repostería	2	3,1%
Total	64	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de Vera, D., Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil (2021), p. 61.

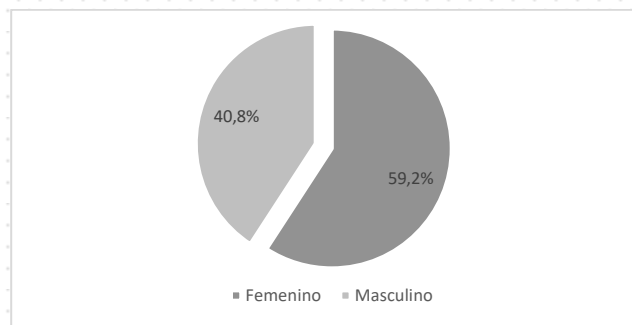
La tabla 3 denota que el 89% de los negocios identificados son emprendimientos de cocina oculta que operan desde hace cuatro años (2018-2021) y que, en concordancia con Amorós (2011), se encuentran entre su etapa naciente (negocios que tienen menos de tres meses de apertura) y de nuevos emprendimientos (tienen más de tres meses y menos de 42 meses). Apenas el 11% de los establecimientos incluidos en el estudio forman parte de la clasificación de negocios establecidos al contar con más de cuatro años en marcha. Se destaca también el importante auge de estos negocios durante el periodo de pandemia a causa del COVID-19, en el periodo 2020-2021, en el cual se crearon el 40,6% de negocios de cocina oculta, como una oportunidad para aprovechar la crisis y satisfacer una necesidad de mercado que surgió empujada por las restricciones de movilidad y confinamiento total que frenó el consumo de alimentos y bebidas de manera física y directa.

Tabla 3. Periodo, en años, de inicio de negocios de cocina oculta participantes de la investigación

Períodos de apertura	Negocios participantes	Participación porcentual
2013-2017	7	11 %
2018-2019	31	48,4 %
2020-2021	26	40,6 %
Total	64	100 %

Fuente: Elaboración propia a partir de Vera, D., Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil (2021), p. 63.

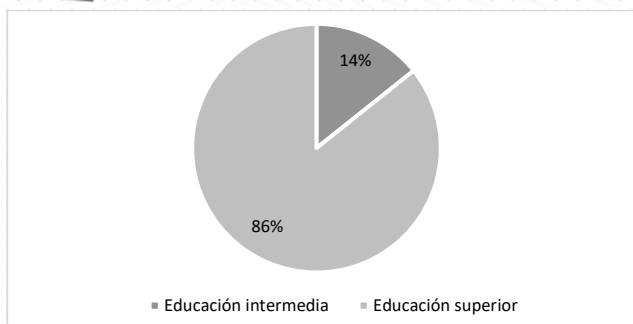
En relación al género de los empresarios de cocina oculta, la figura 2 presenta que el 59,2% de estos negocios fueron emprendidos por 29 empresarias del género femenino mientras que el 40,8% (20 participantes) corresponden al género masculino.



Fuente: Elaboración propia a partir de Vera, D., Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil (2021), p. 64.

Figura 2. Emprendedores por género

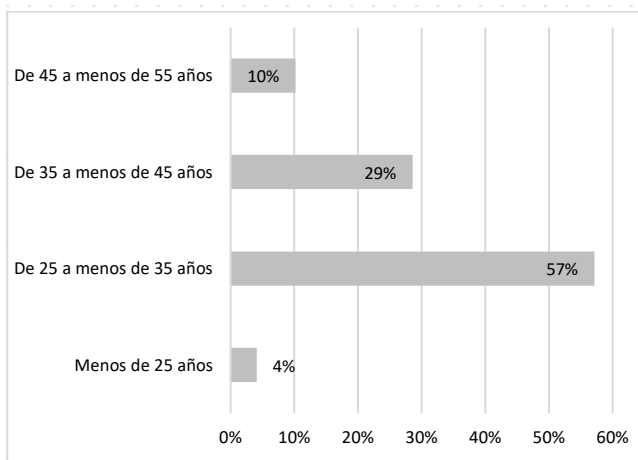
De acuerdo con la figura 3, el nivel de estudios alcanzado por el 86% de estos emprendedores es el universitario, es decir, estos empresarios nacientes y nuevos son profesionales jóvenes que decidieron crear un negocio no por necesidad sino para formalizar un negocio estable, sostenible y que mejore su calidad de vida. Estos resultados se asemejan a los presentados y analizados por Guamán et al. (2021) en el cual el 53,70% de emprendedores jóvenes cuentan con estudios superiores y en comparación con la edad afirman que la actitud emprendedora de este segmento emprendedor es superior en relación a su formación.



Fuente: Elaboración propia a partir de Vera, D., *Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil (2021)*, p. 65.

Figura 3. Nivel de formación de los emprendedores de cocina oculta en Guayaquil

En relación a los grupos etarios, la figura 4 presenta que los emprendedores de cocina oculta que superan la media total de encuestados (61%) tienen hasta 34 años de edad [de 18 a 24 años (4%) y de 25 a 34 años (57%)]. Si se compara este resultado con los resultados presentados tres años atrás en el estudio de Zambrano y Lasio (2019) en el cual, la mayor tasa de emprendimiento fue del 32%, se puede establecer que el nivel de emprendimiento casi se ha duplicado a través del tiempo entre los jóvenes menores de 35 años. También se observa una menor presencia de personas más adultas, un 29% con edades entre 35 y 44 años, que están al frente de negocios de cocina oculta y apenas un 10% corresponde al rango etario de 45 a 55 años.



Fuente: Elaboración propia a partir de Vera, D., *Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil (2021)*, p. 64.

Figura 4. Edad de los emprendedores de cocina oculta en Guayaquil

También se valoró, con una puntuación máxima de cinco puntos, 25 motivaciones agrupadas en seis dimensiones: personal, conocimientos, oportunidad, recursos, experiencia laboral y entorno social. Los resultados de las motivaciones relacionadas con el conocimiento (4,8) y la experiencia laboral (4,5) son las mejor valoradas al momento de decidir emprender, en cambio, el entorno social (3,90) tiene menos impacto motivacional para emprender. La tabla 4 muestra los resultados individuales en función del nivel de importancia asignados.

Tabla 4. Resultados de evaluación de las motivaciones para emprender en cocina oculta

Dimensión	Motivaciones	Puntuación
Personal	Cumplir con un sueño, meta o reto personal	4,5
	4,44 Tener autonomía e independencia laboral	4,8
	Mejorar mi entorno laboral	4,8
	Tener mayor flexibilidad de tiempo y horarios	4,7
	Tener un medio de subsistencia	4,7
	Obtener altos ingresos económicos	3,8
	Construir un negocio, sea individual o de naturaleza familiar	3,8
Conocimiento	Explotar comercialmente el conocimiento, innovación y la experiencia personal	4,8
	4,80 Explotar comercialmente una innovación generada a partir del conocimiento y la tecnología provisto por otros.	4,8
	Poner en práctica las habilidades de emprendimiento	4,8
Oportunidad	La detección de una necesidad insatisfecha	4,8
	El descubrimiento de un nuevo producto/servicio	4,2
	El desarrollo de un nuevo método de producción	4,2
	La disponibilidad de una red de contactos en el mercado potencial.	4,2
Recursos	La posibilidad de financiamiento público o privado.	4,2
	Invertir los recursos financieros propios o de mi familia	3,9
	Políticas públicas y estímulos para el emprendimiento	3,9
Experiencia laboral	Inconformidad con la situación laboral cuando era empleado.	4,4
	Terminación de vinculación laboral e imposibilidad de encontrar nuevo empleo	4,4
	Oportunidad de continuar en la misma área, pero en empresa propia	4,7
Entorno social	Continuar con una tradición familiar de emprendedores.	4,7
	3,90 La influencia de los amigos.	4,1
	Seguir el ejemplo de empresas o proyectos exitosos.	4,1
	Lograr un mejor status social.	3,3
	Contribuir al bienestar de la comunidad	3,3

Fuente: Elaboración propia a partir de Vera, D., *Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil (2021)*, p. 66

En la dimensión personal, la mayor motivación surgió por la autonomía o independencia laboral y la oportunidad de mejorar el entorno laboral. En la dimensión de conocimientos, los factores altamente motivadores están asociados a la preparación y formación profesional del emprendedor y que ejercita su capacidad de emprender. En los hallazgos se obtuvo que el 86% de estos emprendedores de cocina oculta tienen formación universitaria. En la dimensión de motivación por oportunidad el incentivo principal para emprender es el aprovechamiento de una necesidad insatisfecha, y aunque estos emprendedores aspiran a obtener financiamiento público o privado, al ser preferido por encima de la utilización de recursos propios, no es un motivador de alta importancia para decidir o no emprender. En relación a la experiencia, la motivación emprendedora se origina por la oportunidad de aprovechar la experiencia y conocimientos adquiridos en el ámbito laboral para continuar con una empresa propia. En la sexta dimensión, el entorno social no es un contexto altamente motivador para emprender, salvo que se desee continuar con una tradición familiar de emprendimientos consolidados por los sucesores.

De las seis dimensiones analizadas, el conocimiento (4,8) y la experiencia laboral (4,5) representan el mayor puntaje de importancia para los dueños de los establecimientos de cocina oculta, dos pilares fundamentales para la sostenibilidad de un negocio en relación a su administración. Las principales motivaciones para emprender un negocio en cocina oculta son la independencia laboral y la oportunidad de mejora aprovechando las fortalezas que tienen a su favor para satisfacer una necesidad insatisfecha que son su experiencia laboral previa y conocimientos profesionales. Esta realidad muy cercana a lo que otros estudios han abordado. Sin embargo, estas motivaciones cambiaron para aquellos negocios que iniciaron sus actividades durante el periodo de pandemia 2020 - 2021 (37%), periodo de tiempo donde surgieron muchos negocios y se potencializó el servicio de entrega a domicilio. Se reconocen algunas motivaciones que prevalecieron a pesar de la crisis suscitada. En la tabla 5 se presenta los resultados.

Si se comparan los resultados de las motivaciones generales con las motivaciones para emprender en pandemia, el nivel de importancia cambia. Se observa en la tabla 5 que la dimensión personal (4,5) es el principal motivador en tiempo de crisis sanitaria, destacando como

motivador dentro de esta dimensión, el obtener un medio de subsistencia (4,8). Por otro lado, dentro de la dimensión Oportunidad, puntuada con 3,9, aunque menos importante, pero no insignificante, se destaca como factor motivacional la detección de una necesidad insatisfecha (4,7), la misma que también es un motivador en tiempos de no pandemia. Aunque la pandemia fue un escenario comercial y social particularmente diferente, el sustento económico y detectar una oportunidad a ser aprovechada fueron las dos variables de mayor importancia al emprender en cualquier condición o situación del entorno.

Otras motivaciones que resultaron igualmente importantes en pandemia fueron la inconformidad con la situación laboral cuando eran empleados (4,4), explotar comercialmente el conocimiento, innovación y la experiencia personal (4,3), invertir los recursos financieros propios o de su familia (4,1) y contribuir al bienestar de la comunidad (4,1). Si bien no existe evidencia teórica de que estos factores contribuyan al emprendimiento en tiempo de crisis, si son relevantes en circunstancias como las vividas en el país, en especial para aquellos profesionales que cuentan con las capacidades necesarias para crear un negocio y con esto contribuir a la sociedad, llevando alimentos bien preparados hasta su domicilio.

Tabla 5. Resultados de las motivaciones para emprender en cocina oculta en periodo de pandemia

Dimensión	Motivaciones	Puntuación
Personal 4,5	Cumplir con un sueño, meta o reto personal	4,6
	Tener autonomía e independencia laboral	4,7
	Mejorar mi entorno laboral	4,7
	Tener mayor flexibilidad de tiempo y horarios	3,6
	Tener un medio de subsistencia	4,8
	Obtener altos ingresos económicos	4,7
	Construir un negocio, sea individual o de naturaleza familiar	4,1
Conocimiento 4,2	Explotar comercialmente el conocimiento, innovación y la experiencia personal	4,3
	Explotar comercialmente una innovación generada a partir del conocimiento y la tecnología provisto por otros.	3,9
	Poner en práctica las habilidades de emprendimiento	4,4
Oportunidad 3,9	La detección de una necesidad insatisfecha	4,7
	El descubrimiento de un nuevo producto/servicio	4,2
	El desarrollo de un nuevo método de producción	3,3
	La disponibilidad de una red de contactos en el mercado potencial.	3,6
Recursos 3,5	La posibilidad de financiamiento público o privado.	3,6
	Invertir los recursos financieros propios o de mi familia	4,1
	Políticas públicas y estímulos para el emprendimiento	2,9
Experiencia laboral 3,5	Inconformidad con la situación laboral cuando era empleado.	4,4
	Terminación de vinculación laboral e imposibilidad de encontrar nuevo empleo	4,2
	Oportunidad de continuar en la misma área, pero en empresa propia	2,0
Entorno social 3,55	Continuar con una tradición familiar de emprendedores.	2,3
	La influencia de los amigos.	3,9
	Seguir el ejemplo de empresas o proyectos exitosos.	3,7
	Lograr un mejor status social.	3,8
	Contribuir al bienestar de la comunidad	4,1

Conclusiones

Este estudio rescata la importancia de las motivaciones personales y la formación del emprendedor para crear y sostener negocios estructurados en el formato de cocina oculta. Los emprendimientos de cocina oculta, y tal como lo expresa su nombre, corresponde a negocios que

físicamente no son visibles, pueden ser muy variados y dispersos; en los medios sociales y plataformas de venta de alimentos preparados y mercados virtuales en redes sociales se encuentran centenares de personas y empresas que preparan y venden alimentos bajo este formato de cocina, donde el comensal no conoce físicamente la cocina,

pero sí la reputación de la misma generada a través de los productos vendidos, los comentarios y valoraciones de los clientes a través de las redes sociales.

Muy cercano a las investigaciones sobre las motivaciones para emprender (Díaz de León & Cancino, 2014; Marulanda & Morales, 2016; Zambrano & Lacio, 2019; Guamán et al, 2021) hay algunas variables que actúan como motivadores para desarrollar emprendimientos basados en modelos de negocio de cocina oculta tales como el conocimiento, la innovación, la tecnología, las habilidades, la experiencia personal, la independencia laboral y aprovechar una necesidad insatisfecha, los que guardan relación con las características de un emprendedor vinculadas a sus necesidades de reconocimiento y logro (Marulanda & Morales, 2016). Al contrario de lo que se podría pensar, los emprendimientos formales están más orientados a la oportunidad, originada por el conocimiento y la experticia desarrollada en el campo profesional y formación superior, y no a la necesidad por falta de empleo, un ámbito ya explorado desde algunos estudios de la informalidad, pero que no ha precisado estudios relacionados a las motivaciones y competencias emprendedoras y que deja un campo abierto a futuras investigaciones.

Los emprendimientos evaluados no disponían de plataformas digitales propias para la venta de sus productos o utilizan plataformas de terceros (Vera, 2021), lo que sería una oportunidad para insertarse en la era de la innovación tecnológica, el marketing digital y el comercio electrónico para propiciar la venta directa y canalizar de manera óptima los recursos y esfuerzos de promoción y comercialización.

Los emprendimientos de cocina oculta, y tal como lo expresa su nombre, corresponde a negocios que físicamente no son visibles dentro de la cadena de valor, en la relación física productor-consumidor, lo cual hasta cierto punto facilita la informalidad de centenares de emprendimientos nacientes y con esto la falta de regulación para asegurar la calidad de producto-servicio para el ciudadano consumidor. Como se analizó en los resultados, la formalidad de estos negocios está determinada por el perfil del emprendedor, sus motivaciones personales que están asociadas a su edad, nivel de formación y sus aspiraciones. Si bien el cocinar es una técnica de aplicación universal, debe ser acompañada de procesos, estándares y planificación adecuada para que sea exitosa.

La educación juega un rol elemental. La investigación muestra que existe un nicho muy limitado de negocios formales en cocina oculta y que a pesar de ser un modelo de negocio prometedor que como ventaja competitiva podría generar un liderazgo en costos a sus emprendedores, a nivel académico se pueden desplegar espacios de discusión y estudio, orientado la formación profesionalizante, para impulsar y llevar a la formalidad a la gran cantidad de negocios que por sus condiciones de productos y servicio tendrían potencial para consolidarse como negocios que generen empleo y aporten a la economía local.

Referencias

- Aguirre, M. (2021). *Innovación en modelos de negocio para el sector gastronómico con la afectación de la covid-19*. Universidad Piloto de Colombia. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/10923>
- Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (46),1-15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238002>
- Amorós, J. & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 global report: Fifteen years*. Global Entrepreneurship Monitor. https://www.researchgate.net/publication/264953640_Global_Entrepreneurship_Monitor_2013_Global_Report
- British Broadcasting Corporation [BBC] (25 febrero 2020). *Qué son las "cocinas fantasma" y cómo este negocio está creciendo en América Latina*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51503421>
- Choudhary, N. (2019). Strategic Analysis of Cloud Kitchen – A Case Study. *Management Today* 9 (3), 184-190. <http://dx.doi.org/10.11127/gmt.2019.09.05>
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika* 16, 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Díaz de León, D. & Cancino, C. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad. *Multidisciplinary Business Review* 7 (1), 48-56. <https://journalmbr.net/index.php/mbr/article/download/352/241>
- Garrefa, F., & Silva, G. (2020). As dark kitchens e a transformação do delivery; do funcionamento à transfiguração do mercado. Colóquio internacional sobre Comércio e Ciadae. *Blucher Engineering Proceedings*, 7, pp. 162-175. <http://dx.doi.org/10.1016/viicincci-11>
- Global Entrepreneurship Monitor (2021). *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://www.gemconsortium.org/about/gem/5>
- Global Entrepreneurship Monitor (2020). *Global Entrepreneurship Monitor ECUADOR 2019 - 2020*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-ecuador-20192020-report>
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism* 29(5), 1-20. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Guamán, G., Asanza, K. & Orellana, D. (2021). El aporte de los emprendimientos a la economía cuencana en tiempos de pandemia. *Boletín de Coyuntura*, (31), 5-13. Doi: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1460>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

- Hisrich, R. & Drnovsek, M. (2002). Entrepreneurship and Small Business Research – a European Perspective. *Journal of small business and enterprise Development* 9(2), 172-122. <https://doi.org/10.1108/14626000210427348>
- Kantis, H. (Ed.) (2004). *El Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo Fundes.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Banco Mundial.
- López, G. & Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID-19. *Revista Investigación y Desarrollo*, 12(1), 75-84. DOI: <http://dx.doi.org/10.31243/id.v12.2020.982>
- Marchant, B. (2010). The case of lifestyle entrepreneurs in Ireland; An examination of surf tourism entrepreneurs in Bundoran and Lahinch. *Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference*, pp. 15-16.
- Marulanda, F. & Morales, S. (2016). Entorno y Motivaciones para emprender. *Revista de la Escuela de Administración y Negocios* 81, 12-28. <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Marulanda, F., Montoya, I. & Vélez, J. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad y Empresa* 21(36), 149-174. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Morales-Gualdrón, S., Gutiérrez-Gracia, A. & Roig-Dobón, S. (2009). The entrepreneurial motivation in academia: a multidimensional construct. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 5. 301-317.
- Raofi, A., Afghah, M. & Hoshyar, S. (2014). A study on the effect of entrepreneurship on economic growth. *International Society Jean-Baptiste Say*.
- Revista Vistazo (16 abril 2021). *Cocinas ocultas en Ecuador que llevan la gastronomía otro nivel*. <https://www.vistazo.com/actualidad/cocinas-ocultas-en-ecuador-que-llevan-la-gastronomia-otro-nivel-CFVI232246>
- Sánchez, M. (2014). Empleo informal y emprendimiento en El Salvador. *Sistema de las Naciones Unidas en El Salvador*. <http://hdl.handle.net/10972/3818>
- Santander, C. (2013). ESTRATEGIAS PARA INDUCIR LA FORMALIDAD DE LA MYPE DE LA INDUSTRIA GRÁFICA- OFFSET POR MEDIO DE GESTION COMPETITIVA. Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica de Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4961/SANTANDER_CJUNO_CINTYA_INDUSTRIA_GRAFICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020). *Senadi en cifras*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/senadi-en-cifras/>
- Shigihara, A. (2020). Postmodern life, Restaurants and Covid 19. *Contexts*, 19(4), 26–31. <https://doi.org/10.1177/1536504220977931>
- Staniewski, M. & Awruk, K. (2015). Motivating factors and barriers in the commencement of ones own business for potencial entrepreneurs. *Economic Research- Ekonomska Istrazivanja* 28(1), 583-592. <http://dx.doi.org/10.1080/1331677X.2015.1083876>
- Staniewski, M. & Awruk, K. (2019). Entrepreneurial success and achievement motivation – A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success. *Journal of Business Research* 101, 433-440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.073>
- Vale, G., Correa, V. & Reis, R. (2014). Motivations for entrepreneurship: Necessity versus opportunity? *Revista de Administração Contemporânea* 18(3), 311-327. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>
- Vera, D. (2021). *Estudio de las motivaciones para emprender bajo el modelo de negocio cocina oculta en la ciudad del Guayaquil*. [tesis de grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17280>
- Williams, C, Round, J. & Rodgers, P. (2009). Evaluating the motives of informal entrepreneurs: Some lessons from Ukraine. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 14, No1, pp. 59–71. <http://dx.doi.org/10.1142/S1084946709001144>
- Ye, L. & Jones, G. (2020, Julio 15). Coronavirus Careers: Cloud Kitchens Are Now Serving. *Forbes*. Obtenido de: <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2020/07/15/coronavirus-careers-cloud-kitchens-are-now-serving/?sh=4fde7f062dcb>
- Zambrano, J. & Lasio, V. (2019). *Jovenes emprendedores en Ecuador*. Guayaquil: ESPAE, Escuela de Negocios de la Espol. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50408>

Las reformas tributarias sobre incentivos fiscales en Ecuador y su relación con los resultados contables de las pequeñas empresas del sector comercial de Cotopaxi

Tax reforms on fiscal incentives in Ecuador and their relationship with the accounting results of small businesses in the commercial sector in Cotopaxi

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1960/version/2614>

Lizeth Cangui-Navas¹; Alison Casa-Taco²; Nilda Avellán-Herrera³

Fecha de recepción: 5 de septiembre de 2022

Fecha de aceptación: 31 de marzo de 2023

Resumen

Considerando que la incorporación de los incentivos fiscales en la normativa tributaria permite mejorar la economía de un país, y están encaminados al logro de varias metas como el generar nuevas fuentes de empleo, promover el cuidado del entorno, así como mejorar la calidad de vida de la comunidad, también buscan favorecer internamente a las empresas al reducir el gasto por impuesto a la renta, y; por lo tanto, generar mayores utilidades después de impuestos y mayores flujos de caja. Por tal motivo, la presente investigación tuvo como objetivo establecer si los incentivos fiscales tuvieron relación con los resultados contables al año 2021 en las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador. Para lo cual, se realizó una investigación de campo, ya que se recopilaban los datos de las empresas de manera física, aplicando un cuestionario. Se evidenció que apenas un 31% de las empresas se acogieron a los incentivos vigentes al 2021 y lograron la disminución en el pago de impuestos ante la administración tributaria, siendo uno de los incentivos más aplicados por las empresas objeto de estudio al año 2021 la contratación de personal con discapacidad que permite una deducción del 100% adicional del impuesto a la renta.

Palabras clave: Reformas tributarias, incentivos fiscales, resultados contables, sector comercial.

Abstract

Considering that the incorporation of tax incentives in the tax regulations allows improving the economy of a country, and are aimed at achieving various goals such as generating new sources of employment, promoting care for the environment, as well as improving the quality of life of the community, they also seek to favor companies internally by reducing income tax spending, and; therefore, generate higher profits after taxes and higher cash flows. For this reason, the objective of this research was to establish whether the tax incentives were related to the accounting results to the year 2021 in the small companies of the commercial sector of the province of Cotopaxi regulated by the Superintendency of Companies, Securities and Insurance of Ecuador. For which, a field investigation was carried out, since the data of the companies was collected physically, applying a questionnaire. It was shown that only 31% of the companies availed themselves of the incentives in force by 2021 and achieved a reduction in the payment of taxes before the tax administration, being one of the incentives most applied by the companies under study by the year 2021 hiring of personnel with disabilities that allows an additional 100% deduction of income tax.

Keywords: Tax reforms, tax incentives, accounting results, commercial sector.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio. Latacunga-Ecuador. E-mail: lcangui@espe.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2050-3476>

² Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio. Latacunga-Ecuador. E-mail: amcasa2@espe.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0317-8045>

³ Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio. Latacunga-Ecuador. E-mail: naavellan@espe.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3134-723X>

Introducción

La presente investigación busca establecer la relación que tienen los incentivos fiscales con los resultados contables al año 2021 en las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi, y que son reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, en base a la información proporcionada por los gerentes o contadores de las mismas; quienes respondieron las preguntas planteadas en el instrumento de investigación según su experiencia y considerando la información contable que presentan a los organismos de control.

En relación con los objetivos más importantes que poseen los incentivos fiscales se pueden mencionar “aumento de la inversión, el desarrollo de regiones atrasadas, la promoción de exportaciones, la industrialización, la generación de empleo, el cuidado del medio ambiente, la transferencia de tecnología, la diversificación de la estructura económica y la formación de capital humano” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Oxfam Internacional, 2019, p. 36). Por tanto, los incentivos fiscales son implementados por un Estado con el objetivo de promover el desarrollo económico de un país, puesto a que están orientados a cumplir objetivos de la planeación fiscal. Es así que, para que las empresas puedan acceder a los incentivos fiscales propuestos por el Estado es importante conocer y estar sustentados en las leyes y reglamentos vigentes.

Así mismo, se puede mencionar también que los incentivos tributarios buscan beneficios para los contribuyentes, como menciona Núñez (2017), “las políticas tributarias mediante su regularización legal prevén numerosos supuestos de eliminación o reducción sobre la obligación tributaria que tienen los contribuyentes con el fin de promover objetivos de política pública tales como desarrollo social, buen vivir, calidad de vida, y otros” (p. 32).

Hay que mencionar, además que los incentivos buscan alcanzar objetivos fiscales o extrafiscales, que en su esencia están orientados a lograr un beneficio mutuo para el Estado, los contribuyentes y la sociedad en general. Cabe recalcar que cada reforma tributaria trae consigo nuevos cambios y son emitidos a través de la creación de leyes tributarias de cada Estado como un mecanismo jurídico económico idóneo de planeación fiscal (Espin, 2021, p. 18).

Se invita al lector a continuar revisando este documento, encontrando a continuación algunas definiciones importantes sobre el tema, seguido de la metodología de investigación aplicada, los resultados de la investigación y las conclusiones del estudio.

Pequeñas empresas del sector comercial

El sector comercial forma parte fundamental del desarrollo social y económico del país, estas empresas principalmente se dedican al desarrollo de actividades de

compra y venta de bienes o servicios ya sean para su uso o transformación. El sector comercial es uno de los pilares fundamentales que ayuda al crecimiento económico de un país, así también es uno de los sectores principales que generan puestos de trabajo e inversión (Figueroa y Rodríguez, 2017).

A su vez, para clasificar a las empresas en nuestro país por su tamaño, se debe considerar dos aspectos fundamentales los cuales son el nivel de ventas anuales y el número de trabajadores según lo que establece el art. 106 del Reglamento de inversiones del Código Orgánico de la Producción.

Tabla 1. Clasificación Empresas en Ecuador

Clasificación	Trabajadores	Ventas anuales
Microempresas	1 a 9 trabajadores	Menor o igual a \$300.000
Pequeñas empresas	10 a 49 trabajadores	Ventas de \$300.001 a \$1'000.000
Medianas empresas	50 a 199 trabajadores	Entre \$1'000.001 a 5'000.000
Grandes empresas	200 en adelante.	Ventas de \$5'000.001 o más

Fuente: *Elaboración propia a partir de Reglamento de inversiones del código orgánico de la producción, 2018, p. 39*

Las pequeñas empresas del sector comercial que realizan sus actividades en la provincia de Cotopaxi que son objeto de estudio en el presente trabajo, se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, dicha entidad “es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley”, (Superintendencia de Compañías, 2022).

Resultados Contables

Una empresa al final de un periodo obtiene cuentas que influyen de manera directa en los resultados contables, los mismos pueden presentarse mediante una utilidad o pérdida. Al referirse a la utilidad o pérdida neta, la Norma de Información Financiera expresa que:

La utilidad neta es el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa, después de haber disminuido sus costos y gastos relativos reconocidos en el estado de resultados, siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos durante un periodo contable. En caso contrario, es decir, cuando los costos y gastos sean superiores a los ingresos, la resultante es una pérdida neta. (Norma de Información Financiera A-5, 2014, p.13)

Es así que, Somoza (2016) afirma que “la aplicación de distintos criterios a la hora de determinar gastos e ingresos va a dar lugar a distintos resultados contables” (p. 86). Se puede indicar entonces, que uno de los criterios que influyen en los resultados contables de una empresa son los incentivos fiscales que según Rodas & Rumipulla (2020), crean un impacto financiero positivo en las empresas que se acogen a los mismos, ya que al aplicar estos incentivos reducen el pago de impuestos, logrando así una disminución de la carga tributaria, permitiéndoles tener más liquidez al final de un periodo, de esta manera

obtienen más recursos que les ayudan a cumplir con sus obligaciones que contraen durante la ejecución de sus actividades, así también en su investigación determinaron que al acogerse a incentivos logran incrementar el rendimiento patrimonial (ROE) y rendimiento sobre el activo (ROA) (p. 29).

Incentivos Tributarios

En Ecuador las reformas tributarias han sido evidentes, según Rea (2019) manifiesta que la ley de régimen tributario Interno ha sufrido varias reformas, algunos de los principales cambios se enfocan en el Impuesto a la Renta, al Impuesto al Valor Agregado, al Impuesto a los consumos Especiales, entre otros impuestos. Estas reformas son creadas acorde a las necesidades que se presentan en un periodo, en los últimos años el principal cambio que el país ha sufrido se dio por la pandemia de COVID 19, la cual obligó al Estado a modificar sus leyes y reglamentos en beneficio de las empresas. Es así que, los principales cambios se dieron en los incentivos tributarios, derogando la mayoría que se encontraban vigentes hasta el año 2021 e incorporando 2 incentivos tributarios para el año 2022.

Además, un cambio adicional que se evidenció fue la creación del Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19, que brindó beneficios ante el cumplimiento de obligaciones tributarias para las empresas. Este reglamento presenta información necesaria sobre la aplicación y uso de los incentivos fiscales por parte de las empresas en su art 51A, “Reducciones de tarifa del Impuesto a la Renta por el desarrollo de nuevas inversiones y por la suscripción de contratos de inversión”.

Por otro lado, también es importante revisar lo que menciona el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones COPCI, el mismo que contiene modificaciones que afectan a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, Código de Trabajo (Tello y Rodríguez, 2017, p11). Así también el COPCI permite regular la aplicación de incentivos tributarios a los diferentes sectores del país, como una normativa que regula el proceso productivo de todas las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas alineados a los objetivos del Plan del Buen Vivir (Guerrero y Sisa, 2021, p. 15), en lo referente a incentivos lo encontramos en el código en sus artículos del 23 al 30.

Como se mencionó anteriormente, a causa de las reformas tributarias vigentes desde el año 2022, varios de los incentivos tributarios fueron eliminados; sin embargo, para aquellas empresas que se acogieron a alguno de los incentivos que se encontraron vigentes hasta el año 2021, podrán hacer uso del mismo por cierto límite de tiempo como se observa en la Tabla N° 2:

Tabla 2. Vigencia de Incentivos Tributarios 2021

Incentivo	Vigencia
Las Inversiones nuevas y productivas en sectores económicos considerados prioritarios fuera de las jurisdicciones urbanas de Quito y Guayaquil.	Tendrán una exoneración del pago del impuesto a la renta durante 5 años.
Las Inversiones nuevas y productivas en los sectores económicos determinados como industrias básicas.	Tendrán una exoneración del pago del impuesto a la renta por diez 10 años.
Las sociedades que se creen o estructuren en el Ecuador para el desarrollo de proyectos públicos en asociación público-privada.	Exoneración del pago del impuesto a la renta durante el plazo de 10 años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales.
Entidades del sector financiero popular y solidario resultantes de procesos de fusión de cooperativas.	Exoneración del pago del impuesto a la renta durante 5 años.

Fuente: Elaboración propia a partir de Chávez (2020)

Es importante entonces recalcar que, para el año 2022 la mayoría de incentivos tributarios fueron eliminados, quedando vigentes dos incentivos tributarios presentes en la Ley de Régimen Tributario Interno que se mencionan en la tabla No. 3:

Tabla 3. Incentivos Tributarios 2022

Artículo	Reducción de tarifa ir	Plazo
37.2	Reducción de tres puntos porcentuales (3%) del Impuesto a la Renta para el desarrollo de nuevas inversiones.	Hasta por quince (15) años. El plazo de la reducción se contará desde el primer ejercicio fiscal en que se generaren utilidades atribuibles a la nueva inversión.
37.3	Reducción especial de cinco puntos porcentuales (5%) en la tarifa de Impuesto a la Renta por la suscripción de Contratos de Inversión.	Durante el periodo de la inversión.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ley de Régimen Tributario Interno, 2021, (p. 43-44).

En consecuencia, se puede inferir que frente a estos beneficios lo que se busca es reducir el gasto por impuesto a la renta, por lo tanto, generar mayores utilidades después de impuestos y mayores flujos de caja, sin embargo, este tipo de beneficios suelen ser usados más por las grandes empresas y no por las pequeñas.

Metodología

Para la presente investigación se realizó una investigación de campo, que según lo expuesto por Arias y Covinos (2021), mencionan que esta permite tener la posibilidad de acceder a la información en el mismo lugar y en el tiempo donde ocurre el fenómeno, mediante la cual los datos recabados pueden ser objeto de análisis acorde a las necesidades del investigador.

La investigación es de tipo descriptiva, mediante la cual se pudo destacar los aspectos más importantes y relevantes de la investigación, así como también permitieron obtener información necesaria para describir los resultados. La investigación de tipo descriptiva se la utiliza cuando se desea describir los componentes principales de las variables principales objeto de estudio dentro de un trabajo. De igual forma en esta investigación se describen frecuencias y promedios que ayudan a estimar los parámetros con intervalos de confianza (Ávila et al., 2019).

La población de estudio se la pudo determinar mediante la base de datos de la Superintendencia de Compañías, en la que se evidencia un total de 19 pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi, sin embargo, brindaron la ayuda necesaria un total de 16 empresas. La técnica de investigación que se utilizó en la investigación de campo fue la encuesta, a través de la aplicación de un cuestionario como instrumento de investigación a los profesionales en el área contable que laboran en las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi o sus gerentes; quienes respondieron las preguntas planteadas según su experiencia y considerando la información contable que presentan a los organismos de control. Para alcanzar el objetivo planteado en esta investigación se plantearon las siguientes hipótesis:

H1: los incentivos fiscales tienen relación con resultados contables del año 2021 de las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi.

H0: los incentivos fiscales no tienen relación con los resultados contables del año 2021 de las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi.

Resultados

Al revisar investigaciones previas sobre el tema se puede mencionar el análisis de los beneficios e incentivos específicos y sus principales problemas y/o restricciones en las MIPYMES en el Ecuador realizado por Sánchez (2019) que menciona en una de sus conclusiones:

Una de las principales limitaciones para las MIPYMES y en especial para las micro y pequeñas empresas es el desconocimiento de la normativa, la falta de recursos que permitan la contratación de personal especializado que asesore a las compañías y permitan aprovechar de los beneficios e incentivos establecidos en la normativa tributaria, en ciertos casos por temor a controles posteriores desisten de aplicar los diferentes beneficios. (p. 117)

Así pues, de lo expuesto anteriormente se tiene evidencia de investigaciones recientes en las MIPYMES de la provincia de Cotopaxi que aún existen empresas que no se acogen a los incentivos tributarios, como lo exponen los autores de la investigación realizada a las pequeñas empresas agrícolas de Cotopaxi, en donde manifiestan que las empresas no utilizan los incentivos porque no tienen claro cómo aplicarlos.

De 20 pequeñas empresas agrícolas de Cotopaxi que colaboraron con las encuestas, el 65% mencionaron haberse acogido a incentivos tributarios durante el año 2021 para obtener rebajas o disminuciones en el pago de impuestos, mientras que el 35% restante de las pequeñas empresas agrícolas no se acogieron a ningún incentivo durante el año 2021 ya que manifestaron que no tenían claro la aplicación los mismos. (Campos Lema et al., 2023, p. 60)

Por otro lado, en la investigación realizada a las medianas empresas comerciales de la provincia de Cotopaxi se presentan resultados como:

Es así que, existe un alto porcentaje de medianas empresas comerciales que no aplican los incentivos tributarios y que representan el 67% del total de la población, de las que respondieron sí acogerse a los incentivos tributarios lo vienen aplicando desde el año 2000 y una más recientemente desde el año 2017. (Ante-Bautista et al., 2023, p. 70)

A continuación, se muestran los resultados más relevantes de la investigación de campo realizada, para lo cual se aplicó un cuestionario como instrumento de investigación a 16 pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi del total de la población obtenida en la base de datos de la Superintendencia de Compañías (2022).

Tabla 4. Preguntas más relevantes del cuestionario

Pregunta	Opciones	Resultados
1. ¿La empresa se acoge a incentivos tributarios?	Si	31%
	No	69%
Del 31% que SI se acogen a incentivos tributarios se tiene los siguientes resultados a las preguntas:		
1.1. ¿La empresa mediante el uso de incentivos tributarios ha logrado la disminución en el pago de impuestos ante la administración Tributaria?	Si	80%
	No	20%
1.2. ¿Cuáles son los incentivos a los que usted se ha acogido hasta el año 2021?	Deducción adicional del 100% de la depreciación y amortización de equipos y tecnologías para una producción más limpia y generación de energía de fuente renovable.	17%
	Contratación de personal con discapacidad con una deducción del 100% adicional del impuesto a la renta.	66%
2. ¿Tiene conocimiento sobre las nuevas reformas de los Incentivos Tributarios vigentes a partir del año 2022?	Sin respuesta	17%
	Si	25%
	No	69%
	Sin respuesta	6%
Del 25% que respondieron SI tener conocimiento sobre los incentivos vigentes a partir del 2022 se tiene los siguientes resultados a la pregunta:		
2.1. ¿A qué incentivo tributario cree usted que la empresa se acogería en el año 2022?	Reducción de tres puntos porcentuales (3%) del Impuesto a la Renta para el desarrollo de nuevas inversiones.	50%
	Reducción especial de cinco puntos porcentuales (5%) de la tarifa del Impuesto a la Renta por la suscripción de Contratos de Inversión.	0%
	Ninguna	50%

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2022)

Por medio de la aplicación del instrumento de investigación y como se muestra la Tabla N°4, se pudo evidenciar que el 69% de la población total mencionó que NO se acogieron a los incentivos tributarios vigentes hasta el año 2021, mientras que el 31% restante manifestaron que con el uso de los incentivos tributarios lograron la disminución en el pago de impuestos ante la

administración tributaria, siendo el incentivo más utilizado la contratación de personal con discapacidad, por otro lado la gran mayoría de encuestados con el 69% no tienen conocimiento sobre la reforma tributaria referente a incentivos tributarios vigentes a partir del año 2022.

Ahora bien, para la comprobación de hipótesis se utilizó el método de cálculo de Chi cuadrado, prueba estadística que según Saldaña, (2011) “permite determinar si dos variables cualitativas están o no asociadas. Si al final del estudio concluimos que las variables no están relacionadas podremos decir con un determinado nivel de confianza, previamente fijado, que ambas son independientes” (p.32). Para la construcción de la tabla de contingencia para el cálculo de chi cuadrado se relacionaron las siguientes preguntas: (1) ¿La empresa se acoge a incentivos tributarios? (2) ¿Considera usted que acogerse a los incentivos tributarios influye en los resultados contables de la empresa?

El método de cálculo implementado se basa según la ecuación (1):

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} \quad (1)$$

Donde:

X^2 = Chi Cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Frecuencia Observada

E = Frecuencia Esperada

Nivel de significancia

Para la comprobación se utiliza un nivel de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%, de acuerdo a la ecuación (2)

$$gl = (n - 1)(m - 1) \quad (2)$$

Donde:

n = columna

m = fila

gl = grados de libertad

Determinación de Grados de Libertad

De acuerdo a las preguntas realizadas se puede mencionar que son de carácter cerradas, donde el encuestado respondió con Sí o No. Resolviendo la ecuación (2) se obtiene el siguiente resultado.

$$gl = (2 - 1)(2 - 1) \quad (3)$$

$$gl = (1)(1) \quad (4)$$

$$gl = 1 \quad (5)$$

Frecuencias observadas

Tabla 5. Frecuencia observada

Preguntas	Categoría		Total
	Si	No	
¿La empresa se acoge a incentivos tributarios?	5	11	16
¿Considera usted que acogerse a los incentivos tributarios influye en los resultados contables de la empresa?	12	4	16
Total	17	15	32

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2022)

Frecuencias esperadas

Tabla 6. Frecuencia esperada

Preguntas	Categoría		Total
	Si	No	
¿La empresa se acoge a incentivos tributarios?	9	8	16
¿Considera Usted que acogerse a los incentivos tributarios influye en los resultados contables de la empresa?	9	8	16
Total	17	15	32

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2022)

Cálculo de Chi cuadrado

Tabla 7. Chi cuadrado

O	E	(O-E)	(O-E)2	(O-E)2/E
5	9	-4	16,00	1,882
11	8	3	9,00	1,200
12	9	3	9,00	1,059
4	8	-4	16,00	2,133
Chi calculado				6,275

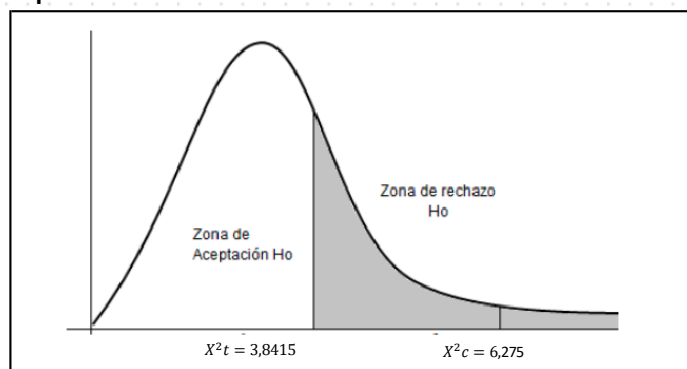
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2022)

Regla de Decisión

H_0 : Si $X^2c \leq X^2t$ (6)

H_1 : Si $X^2c \geq X^2t$ (7) **6,275 > 3,8415** (8)

Representación Gráfica Chi calculado



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados obtenidos en aplicación de encuestas (2022)

Figura 1. Representación gráfica Chi calculado

Decisión estadística

Al aplicar un nivel de significancia de 5% y con 1 grado de libertad conforme a la ecuación (5), se determina que el valor del Chi cuadrado calculado de acuerdo a lo establecido en la tabla 7 es de 6,275, siendo mayor al Chi teórico, por lo cual se puede determinar que se acepta la hipótesis alternativa (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0). Concluyendo así que: “los incentivos fiscales tienen relación con resultados contables del año 2021 de las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi”.

Conclusiones

- Se concluye que las reformas tributarias para el año 2022, trajeron consigo muchos cambios significativos para los contribuyentes, es así que; en lo que

concierno al tema de incentivos tributarios el gobierno central consideró eliminar la gran mayoría de ellos y dejar vigentes solamente dos tipos de incentivos, los mismos que en general buscan reducir el gasto por impuesto a la renta, y por lo tanto, generar mayores utilidades después de impuestos y mayores flujos de caja, sin embargo, este tipo de beneficios suelen ser usados más por las grandes empresas y no por las pequeñas, llegando como uno de los resultados que apenas el 25% de los encuestados en las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi, conocen de los incentivos que se encuentran vigentes a partir del año 2022.

- Se evidenció que uno de los incentivos más aplicados por las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi al año 2021 fue la Contratación de personal con discapacidad con una deducción del 100% adicional del impuesto a la renta, así como también la deducción adicional del 100% de la depreciación y amortización de equipos y tecnologías para una producción más limpia y generación de energía de fuente renovable. Este tipo de incentivos permiten también como empresa ser socialmente responsables en el ámbito laboral, así como también con el medio ambiente que por otro lado también contribuye a las empresas a destacarse por este tipo de acciones con los clientes que cada vez más buscan comprar a empresas comprometidas a mejorar la calidad de vida de sus empleados y de la comunidad en donde desarrollan sus actividades. Motivo por el cual, se invita también a los profesionales en el área contable a revisar las nuevas deducciones que se encuentran en el artículo 10 de la ley de régimen tributario interno que buscan contribuir en algunas de las dimensiones que abarca la responsabilidad social empresarial.
- Mediante la aplicación del instrumento de investigación a los profesionales del área contable o gerentes de las pequeñas empresas del sector comercial de la provincia de Cotopaxi, se estableció por medio de la prueba estadística Chi cuadrado que los contadores y gerentes consideran que los incentivos fiscales tienen relación con resultados contables del año 2021 de sus empresas. Así también cabe recalcar que tanto los contadores como los gerentes encuestados respondieron las preguntas en base a su experiencia y los resultados obtenidos de su información contable presentada ante los organismos de control. Por tal motivo se concluye que las pequeñas empresas comerciales que se acogieron a incentivos fiscales consideran fue beneficioso para las mismas en cuanto al pago de sus impuestos, de esa manera lograron tener resultados contables positivos mientras disminuyeron su carga fiscal. Por tanto, se recomienda a los contadores revisar la nueva normativa contable y de ser posible acogerse a los incentivos vigentes que les permitan con el ahorro tributario buscar nuevas inversiones o nuevas actividades que incurran en beneficio propio y

de sus colaboradores, así como también ser comprometidos con la comunidad en donde ejecutan sus actividades.

Referencias

- Asamblea Nacional. (2018). *Reglamento de inversiones del Código Orgánico de la Producción*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Asamblea Nacional. (2021, 29 de diciembre). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Ecuador. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/b779b24f-3134-46c1-8d04-d20b09b6179a/Ley%20de%20R%20c%3%a9gimen%20Tributario%20Interno-%20c%3%baltima%20modificaci%20c%3%b3n%209%20de%20diciembre%20de%202021.pdf>
- Ávila Monjarás, A. J., Suárez Bazán, A. K., Martínez Pacheco, Z. K., Gonzaga Rivera, J. A., Calderón Zamarripa, J. A., & Suárez Cuevas, C. E. (2019). Diseños de Investigación. *Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*(15), 119-122. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ICSA/article/view/4908/6895>
- Ante-Bautista, E. J., Yanez-Yanez, A. E., & Avellán-Herrera, N. A. (2023). Incentivos tributarios y resultados contables. Un análisis desde la perspectiva de los contadores de las medianas empresas comerciales de Cotopaxi. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 10(01), 01. <https://doi.org/10.24133/ris.v10i01.2919>
- Arias González, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Campos Lema, S. N., Vega Oña, J., & Avellán Herrera, N. A. (2023). Incentivos tributarios y el rendimiento financiero de las pequeñas empresas agrícolas de Cotopaxi—Ecuador. *ECA Sinergia*, 14(1), 57-65.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Oxfam Internacional. (2019). “Los incentivos fiscales a las empresas en América Latina y el Caribe”. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/447871/S1900605_es.pdf
- Saldaña, M. R. (2011). La prueba chi-cuadrado o ji-cuadrado (Ó2). *Revista enfermería del trabajo*, 1(1), 31-38.
- Sánchez Amanta, O. I. (2019). *Análisis de los problemas y restricciones en la aplicación de las deducciones, beneficios e incentivos del impuesto a la renta de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador* [Master's

- thesis]. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Chávez, V. (2020). *Incentivos tributarios para nuevas inversiones*. Obtenido de Gallegos Valarezo & Neira: <https://gvn.com.ec/2020/01/21/incentivos-tributarios-nuevas-inversiones-ecuador/>
- Espin, J. (2021). *Los beneficios e incentivos tributarios para el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34070/1/T5211ig.pdf>
- Figueroa, W., & Rodríguez, R. (2017). *Estudio del sector comercial y su incidencia en el crecimiento económico del cantón Salitre*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de ciencias administrativas, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20733/1/TESIS%20FIGUEROA%20ARREAGA%20WENDY%20Y%20RODRIGUEZ%20CANDELA%20ROCIO.pdf>
- Guerrero, G., & Sisa, M. (2021). *Aplicación de Incentivos Tributarios del Impuesto a la Renta en pequeñas empresas comerciales del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el año 2018*. Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana, Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20410/1/UPS-MSQ163.pdf>
- Norma de Información Financiera A-5. (2014). Elementos básicos de los estados financieros. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1165/1165_u3_a13.pdf
- Núñez, E. (2017). *Análisis de los incentivos tributarios y su incidencia en el desarrollo económico del sector agrícola de la provincia de Tungurahua durante el año 2015*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/handle/24000/5917/TESIS%20-%20EDGAR%20N%c3%9a%c3%91EZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rea, F. (2019). *Impacto de los Incentivos Tributarios en la Rentabilidad de las Pymes del Sector de la Construcción del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo Período 2014-2017*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG, Facultad de Posgrado e Investigación, Guayaquil. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/960>
- Rodas Lituma, A. M., & Rumipulla Puchi, R. (2020). *APLICACIÓN DE INCENTIVOS TRIBUTARIOS Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO Y DE COMERCIO DEL ECUADOR EN EL PERÍODO 2015-2018*. Cuenca: Universidad del Azuay. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10313/1/15942.pdf>
- Ante-Bautista, E. J., Yanez-Yanez, A. E., & Avellán-Herrera, N. A. (2023). Incentivos tributarios y resultados contables. Un análisis desde la perspectiva de los contadores de las medianas empresas comerciales de Cotopaxi. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 10(01), 01. <https://doi.org/10.24133/ris.v10i01.2919>
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Campos Lema, S. N., Vega Oña, J., & Avellán Herrera, N. A. (2023). Incentivos tributarios y el rendimiento financiero de las pequeñas empresas agrícolas de Cotopaxi—Ecuador. *ECA Sinergia*, 14(1), 57-65.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Oxfam Internacional. (2019). “Los incentivos fiscales a las empresas en América Latina y el Caribe”. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44787/1/S1900605_es.pdf
- Saldaña, M. R. (2011). La prueba chi-cuadrado o ji-cuadrado (Ö2). *Revista enfermería del trabajo*, 1(1), 31-38.
- Sánchez Amanta, O. I. (2019). *Análisis de los problemas y restricciones en la aplicación de las deducciones, beneficios e incentivos del impuesto a la renta de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador* [Master's thesis]. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Somoza, A. (2016). *Estados Contables*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/espe/58510?page=1>
- Superintendencia de Compañías. (2022). *Institución*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/Institucion.php>
- Superintendencia de Compañías. (2022). *Ranking de Compañías*. Obtenido de <https://appscvsconsultas.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- Tello García, S., & Rodríguez Cisneros, J. (2017). *Evaluación a los Incentivos Tributarios del COPCI*. Quito: Subsecretaría de Seguimiento y Evaluación. Obtenido de <https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/INFORME+EJECUTIVO+EVALUACION%20COPCI.pdf/9d264cf5-a96e-4c09-bc3c-20033132ce46>

Gasto turístico en alimentación y la cocina local del cantón Patate Tourist spending on food and the local cuisine of the Patate canton

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1961/version/2615>

Vanessa Lesano-Martínez¹; Johanna Monge- Martínez²; Iván Almeida-Campaña³

Fecha de recepción: 28 de septiembre de 2022

Fecha de aceptación: 31 de marzo de 2023

Resumen

Ecuador es un país con los 4 mundos, lleno de legados y patrimonios culturales inmateriales como lo es la gastronomía, es uno de los principales motores económicos de los destinos turísticos. Los turistas se enriquecen y aprenden de los conocimientos tradicionales de los habitantes mediante la experiencia y trayectoria en el lugar. El objetivo de esta investigación es identificar el gasto turístico en alimentación y difundir a la cocina local del cantón Patate. La metodología utilizada es un enfoque mixto, por lo tanto, se aplicó tres instrumentos, la entrevista, las fichas del atlas alimentario y encuesta. Para la parte cualitativa se realizó en campo a expertos de las distintas características de la cocina local. Por otra parte, se realizó una encuesta a turistas con el fin de conocer el gasto turístico alimentario en el cantón y su motivación de visita. Existe un alto porcentaje de gasto turístico en alimentación y la cocina local de Patate está representada por productos que tienen conexión con la historia del cantón. Como resultados se obtuvo una propuesta apta para personas con discapacidad visual, es una revista hablada que cumple como función adaptarse a todos los visitantes y así conseguir un turismo accesible.

Palabras clave: Turismo, economía, cocina local, visitante, discapacidad visual.

Abstract

Ecuador is a country with the 4 worlds, full of legacies and intangible cultural heritage such as gastronomy, it is one of the main economic engines of tourist destinations. Tourists are enriched and learn from the traditional knowledge of the inhabitants through experience and history in the place. The objective of this research is to identify tourist spending on food and spread the local cuisine of the Patate canton. The methodology used is a mixed approach, therefore, three instruments were applied, the interview, the food atlas cards and the survey. For the qualitative part, experts of the different characteristics of the local cuisine were carried out in the field. On the other hand, a survey of tourists was carried out in order to know the tourist food expenditure in the canton and their motivation for visiting. There is a high percentage of tourist spending on food and the local cuisine of Patate is represented by products that are connected to the history of the canton. As a result, a proposal suitable for people with visual disabilities was obtained, it is a spoken magazine that fulfills the function of adapting to all visitors and thus achieving accessible tourism.

Keywords: Tourism, economy, local cuisine, visitor, visual impairment.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Ambato-Ecuador. E- mail: geraldy13lesano@gmail.com . ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5991-2587>

² Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Ambato-Ecuador. E-mail: jg.monge@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6045-2410>

³ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Ambato-Ecuador. E-mail: ivlex2425@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1820-5659>

Introducción

El turismo es registrado como una de las actividades principales para la economía y vale recalcar que la alimentación es una necesidad fisiológica básica para el ser humano. Por esta razón, la investigación se centra en esta sección, considerando que la gastronomía es fundamental, pues se encarga de mover sentidos y provocar emociones (Oliveira, 2007). El objetivo general es analizar el gasto turístico en alimentación y la cocina local. Los objetivos específicos son identificar el gasto y los factores de motivación del visitante, por medio de una encuesta donde la población son los visitantes. Describir a la cocina local con el afán de entender la historia de cada producto donde la población son los emprendedores. Finalmente, el diseño de una herramienta de difusión sobre la cocina local como factor de motivación del visitante, con la intención de obtener un producto que sea apto para su difusión y conocimiento.

El problema se centra en identificar cuánto es el gasto de un turista que visita el cantón Patate, que consume su gastronomía tradicional y en la importancia de la realización de un estudio enfocado a las demandas de los visitantes y su comportamiento en el destino. Generando propuestas que cumplan con las necesidades de todos los turistas. La metodología se basó en una investigación mixta, tanto cualitativa como cuantitativa, que se enfocó en el alcance descriptivo simple, para analizar las características de la cocina local, por otro lado, la parte cuantitativa brinda un alcance exploratorio fenomenológico, mismo que se encarga de entender, aprender, conocer e interactuar con la comunidad.

La economía se vio afectada desde la pandemia del Covid-19, la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2022), indica que, Europa y América lideran la recuperación en cuanto a las llegadas internacionales. En el 2021 Europa tuvo una acogida de un 36% y América un 40% los datos son por debajo de los niveles del 2019. Mientras que se notó un crecimiento en los primeros meses del 2022, Europa acogió a un 43% y América acogió a un 46% y los datos son inferiores de los niveles del 2019. Se estima a comienzos del 2023 las visitas de turistas superarán a las del 2019 y la economía mejorará.

Menciona el Ministerio de Turismo (2022), que durante el primer semestre del 2022 la economía del Ecuador deja cifras positivas, ubicando en el puesto número cuatro al turismo, siendo la fuente de ingreso económico más amplia y no petrolera, con un balance positivo de 63,2 millones de dólares. Los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo en todo el Ecuador son: Alojamiento se encuentran registrados 4.335 emprendimientos entregando empleo a un total de 24.329. Alimentos y bebidas se encuentran registrados 13.588 emprendimientos entregando empleo a un total de 76.256. El registro en la provincia de Tungurahua es: Alojamiento se encuentra registrado 220 emprendimientos y en cuanto a alimentos y bebidas se encuentra registrado 604 emprendimientos. El caso de

estudio se centró en el cantón Patate y los establecimientos que se encuentran registrados en Patate son: Alojamiento se encuentra registrado 4 hosterías y en cuanto a alimentos y bebidas se encuentra registrado 15 emprendimientos.

El ministerio de turismo (2022), menciona que el gasto que generaron los turistas en el Ecuador en el 2018 fue de 8 millones de dólares, mientras que en el 2021 generaron un gasto de 22 millones de dólares, en el 2022 se obtuvo una cifra de 42 millones de dólares posicionando al 2022 como el año con mejor ingreso económico por parte del turismo. Estos datos fueron recogidos en los cuatro primeros feriados, unas cifras importantes para la economía del país.

Motivación turística

Según establece la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2003), el perfil del turista parte del **primer paso**, las características que tienen los visitantes, el tipo de actividad a realizar, ya sea cultural o natural; el **segundo paso** se analiza con claridad qué le motiva a visitar dicho destino. Hay que tener en cuenta que los perfiles son diferentes y tienen rasgos distintivos. Por otra parte, Castaño et al. (2003), mencionan que se debe analizar el aspecto socio demográfico (edad, género, estado civil y etnia), servicios (hospedaje, restaurantes y transportes), actividades (naturales, culturales e historias) y el gasto promedio de los visitantes en el destino. Devesa et al. (2010), indican que viajar es algo preciso, con objetivos contrados, estos pueden ser; destinos específicos, satisfacciones que desean cumplir o ciertas razones para viajar. Según Días & Cassar (2005), citado por Araújo & Sevilha (2017), la gran parte de las motivaciones de viaje suelen ser Físicas (busca alejarse del estrés, ya sea laboral, de estudios o familiares), interpersonal (una visita a familiares, amigos o por desarrollo emocional), cultural (intenta aprender sus historias, costumbres o tradiciones). Así, Laguna y Palacios (2009) citado por Devesa et al. (2010), también identificar que un destino debe de llenar las expectativas del consumidor para que el turista tenga motivación, debe tener satisfacción (amabilidad y trato de los empleados) con el objetivo de que el turista difunda su experiencia y recomiende el destino.

Cocina local

De acuerdo con Monroy (2004), se puede evidenciar que el hombre ha demostrado que todo lo que se encuentra alrededor puede ser utilizado como un bien práctico y así saciar sus necesidades con el objetivo de mejorar su calidad de vida. La cocina local es un legado ancestral que permanece parte de una comunidad, es su herencia misma que esconde hábitos, ritos e historias únicas; por esta razón los turistas ven a la gastronomía como el rescate de la cultura de un lugar. Los adultos mayores son los encargados de las técnicas ancestrales, es un sentimiento de identidad y rescate. Si se examina, el plato, un plato está lleno de pasado, actualizado con el presente y protegido para un futuro, con el objetivo de que cada día se pueda degustar la combinación de saberes ancestrales. Con el paso del tiempo, los platillos se han modificado, pero el sabor siempre será el mismo.

Fusté- Forné (2016), los pueblos tienen formas únicas de preparar sus platillos, traen técnicas ancestrales, ingredientes e instrumentos que hacen de su comida una mezcla única de materia prima. Asimismo, Mascarenhas & Gandara (2010), la cocina es uno de los factores más importantes para el desplazamiento, los turistas son atraídos por satisfacer a su paladar con la autenticidad de un pueblo.

Muchos turistas están atraídos por la cocina local de los pueblos, por lo que existe una amplia gama de establecimiento que brindan este servicio. Sin embargo, poco se ha tenido en cuenta a los turistas que tienen alguna discapacidad, es bueno mencionar que el turismo busca que el visitante se encuentre conforme con el destino de visita y que cumpla con todas sus necesidades y los establecimientos deben de tener muy presente al turismo accesible.

Turismo accesible

Rodríguez (2018) dice que millones de personas tienen discapacidad, por lo que la accesibilidad y la adaptación a la infraestructura es el objetivo principal; hay que tener muy en cuenta la planificación estratégica, pues la accesibilidad a las instalaciones, servicios y productos debería cumplir para el bien común. En los establecimientos turísticos se puede apreciar una gran barrera en cuanto a la accesibilidad, impidiéndoles viajar. No es por falta de tiempo o por qué no tengan deseos de viajar, sino por una falta de calidad y seguridad. Por otra parte, González et al. (2016) señalan que la discapacidad visual representa un 8,7%. En la antigüedad, cuando alguien tenía una discapacidad como la ceguera, se le consideraba incapacitado, un ejemplo es en la India, donde los niños que tenían esta discapacidad eran abandonados, asesinados y considerados como seres impuros. En Asia, en la Edad Media, eran considerados sagrados, mientras que en Europa no eran considerados ciudadanos y no tenían los mismos derechos (Fernandez 2009). En el año 1980 el 27 de septiembre la Organización mundial del turismo plasmó al turismo como un derecho que debe de cumplir con las mejores condiciones de acceso y sin ningún tipo de discriminación; es un derecho básico del ser humano, al turismo y al ocio. Para comprender al turismo accesible hay que estudiar de forma globalizada tanto las instalaciones, servicios, (alojamiento, transporte, agencias, restaurantes) como al personal o guías turísticos, estos son obstáculos que se encuentran para poder realizar una oferta turística que sea totalmente accesible.

La riqueza de los conocimientos de los turistas es una contribución significativa a la vida de los visitantes, ya que un pueblo está lleno de ellos. La cocina local es un patrimonio cultural que se encarga de la historia, tradición e identidad de una comunidad. La OMT (2017) afirma que la gastronomía no se limita a cocinar, sino que es una experiencia motivacional para el turista, ya que le acerca a las personas y sus tradiciones. La motivación esencial del turista es aprender, disfrutar, descubrir (atractivos), consumir productos propios y únicos de una comunidad,

ya que siempre tendrán mucho que contar y un legado que transmitir a través de su receta. La comida es la portavoz del pasado, que pide que se transmita en el presente para conseguir un futuro. Molina (2010) menciona que, cuando se está acompañado por una persona con discapacidades, se suelen encontrar una serie de barreras (ver tabla 1). Al acceder fácilmente a un producto turístico, no se trata de crear un producto exclusivo, ya que esto no es un mercado que necesita un producto especial. El objetivo es adaptar a los productos que ya existen y que todas las personas independientemente de sus condiciones puedan beneficiarse de una experiencia turística profesional y completo.

Tabla 1. Barreras de la planificación de un viaje

Reserva	<ul style="list-style-type: none"> • Internet: Web no accesible. • Agencias de viajes: Entorno inaccesible.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Desplazamiento: Al punto de partida desde el domicilio. • Acceso a las terminales de transporte: Estación, puerto y aeropuerto. • Acceso: Al interior del medio de transporte. • Ausencia de servicios adaptados en el medio de transporte: Sistema de información, emergencias, etc.
Destino	<ul style="list-style-type: none"> • Interior del establecimiento turístico: Habitación, zonas comunes, servicios, zonas de ocio, deportivas, etc. • Desplazamiento: No apto por el entorno físico del destino. • Acceso a los recursos turísticos: Naturales, Culturales y deportes de aventura. • Acceso a los recursos genéricos: Tiendas, supermercados y farmacias. • Actividades de ocio y culturales: Teatro, cinemas, museos, etc.

Fuente. Molina (2010), citado por Lesano (2022).

Metodología

Para realizar el artículo científico de la cocina local como objeto de estudio en el cantón Patate. En 1979 Trende y Jick citado por Creswell (2005) menciona que la investigación mixta se enfoca en combinar el análisis de datos cuantitativos y cualitativos para resolver su discrepancia a través de técnicas y así entender al fenómeno. Para la parte cualitativa la población se centraría en los expertos en la cocina local, con un alcance descriptivo simple que se encargó de analizar las características de la cocina local y un alcance exploratorio fenomenológico, entender, aprender y conocer la esencia de la comunidad por medio de la interacción. Además, se emplearon fichas del atlas alimentario que fueron llenadas mediante entrevistas a expertos de la cocina local del cantón. Preguntas con 5 subtemas, los cuales son: la chicha de uva, el vino llanganates, las arepas de zapallo, las espumillas y las empanadas de babaco. Para la parte Cuantitativa se utilizó el primer geoportal de viajes internos turísticos del Ecuador, GEOVIT (2018) con el fin de cuantificar la demanda interna de los turistas en el cantón Patate, otorgándonos un total de la población en estudio de 211.551 calculando el número de personas que visitan el destino, se utilizó la fórmula estadística de la población finita, con un error máximo de 5% y con un nivel de confiabilidad del 95% donde se obtuvo como resultado el tamaño de la muestra a la aplicación de 130 encuestados, que en este caso serían los turistas que

visitan el cantón, este instrumento está conformado por preguntas que están divididas entre demográficas, económicas y motivacionales. Se procesó la información a través del programa SPSS. En escala de likert de 5 opciones mismas que fueron validadas por Alfa de Cronbach con un valor de 0,913.

Resultados

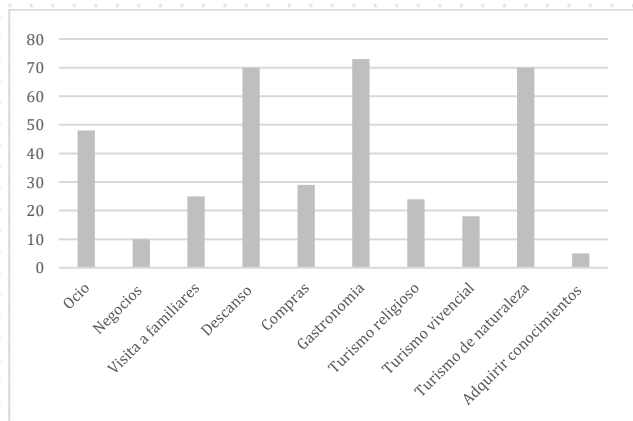
La población encuestada se centra en los turistas que visitan Patate, con el objetivo de analizar si la cocina local es uno de los factores de visita al cantón y cuál es el gasto en alimentación. Los encuestados son 52,3% hombres y un 47,7% mujeres, de los cuales un 62,3% son solteros, 25,4% casados, 6,2% unión libre, 5,4% divorciados y 0,8% viudos. Además, están identificados en un rango de edad entre los 30 a 50 años y se identifican como mestizos un 92,2%, indígenas 1,5%, afros ecuatorianos 1,5% y montubios 0,8%.

Se puede evidenciar que mayoritariamente la gastronomía es uno de los puntos focales más demandados por los visitantes, pues este pequeño rincón esconde grandes recetas únicas que deleitan al paladar, mismas que traen consigo historias que enriquecer los conocimientos de la demanda y así obteniendo a un 72% a la gastronomía (ver figura 1).

Tabla 2. ¿Factor motivacional de su visita?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Adquirir conocimientos	2	1,5	1,5	1,5
Negocios	4	3,1	3,1	4,6
Turismo Vivencial	6	4,6	4,6	9,2
Turismo religioso	8	6,2	6,2	15,4
Visita familiar	10	7,7	7,7	23,1
Compras	14	10,8	10,8	33,8
Ocio	15	11,5	11,5	45,4
Descanso	19	14,6	14,6	60,0
Turismo Natural	21	16,2	16,2	76,2
Gastronomía	31	23,8	23,8	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 21 (2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta a los visitantes del cantón Patate (2022).

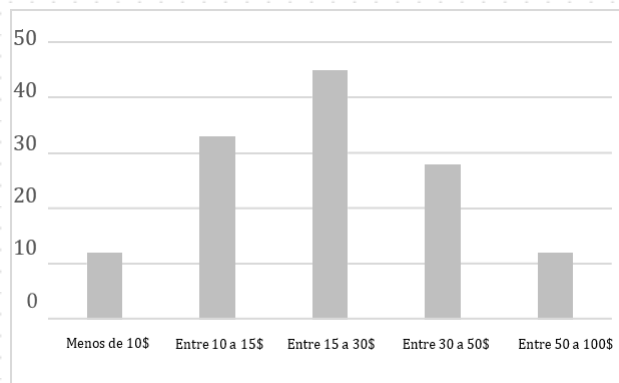
Figura 1. ¿Factor motivacional de su visita?

El gasto diario en alimentación cuando salen de viaje regula entre los 15 a 30 dólares, debido a que el cantón Patate está rodeado de aperitivos. El turista no puede salir del valle sin degustarlos y los precios pueden variar, se ajusta al bolsillo del visitante (ver figura 2).

Tabla 3. ¿Cuál es el gasto diario en alimentación cuando sale de viaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de \$10	9	6,9	6,9	6,9
Entre 50 a 100\$	17	13,1	13,1	20,0
Entre 30 a 50\$	22	16,9	16,9	36,9
Entre 10 a 15\$	35	26,9	26,9	63,8
Entre 15 a 30\$	47	36,2	36,2	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 21 (2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta a los visitantes del cantón Patate (2022).

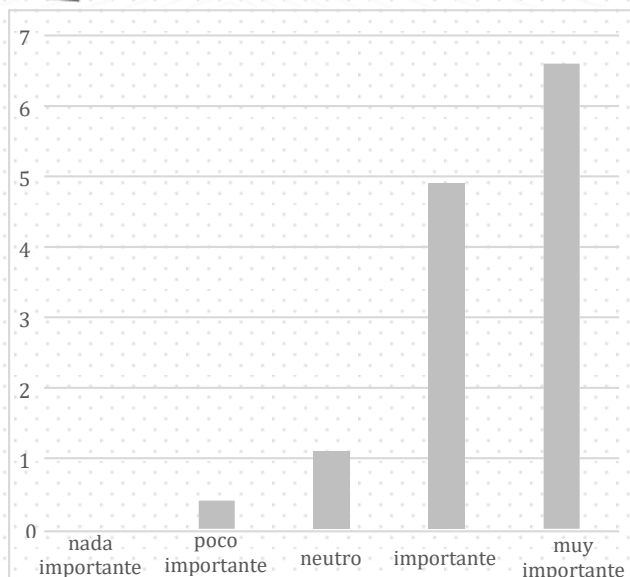
Figura 2. ¿Cuál es el gasto diario en alimentación cuando sale de viaje?

Con un 66% los encuestados mencionaron que, al momento de escoger un destino para viajar, muy aparte de las actividades que ofrezca, la alimentación es muy importante, recordando que es una fuente primaria para el ser humano (ver figura 3).

Tabla 4. ¿Qué tan importante es la comida en el viaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada importante	8	6,2	6,2	6,2
Poco importante	16	12,3	12,3	18,5
Neutro	25	19,2	19,2	37,7
Importante	36	27,7	27,7	65,4
Muy importante	45	34,6	34,6	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 21 (2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta a los visitantes del cantón Patate (2022).

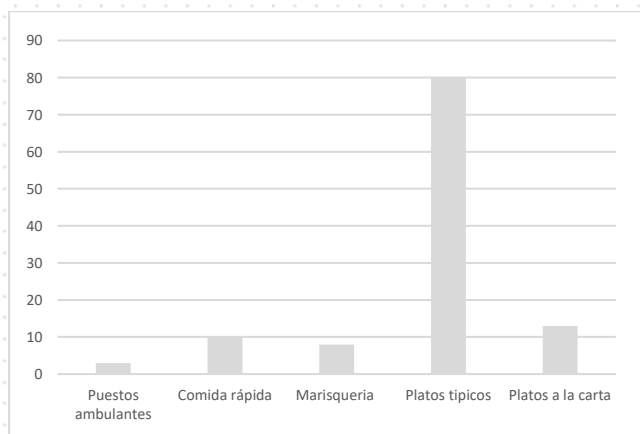
Figura 3. La comida en el viaje. ¿Qué tan importante es la comida en el viaje?

El turista siempre va a preferir a la hora de comer, degustar platillos hechos por la comunidad, pues cuentan con un legado, una historia, ingredientes únicos y recetas que jamás van a ser igualadas en otra zona del país o del mundo. Por esta razón, 70% de los encuestados nos manifestaron que prefieren los platos típicos (ver figura 4).

Tabla 5. ¿Qué tipo de establecimientos prefiere a la hora de comer?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Marisquería	5	3,8	3,8	3,8
Comida rápida	15	11,5	11,5	15,4
Platos a la carta	64	49,2	49,2	64,6
Platos típicos	46	35,4	35,4	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 21 (2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta a los visitantes del cantón Patate (2022).

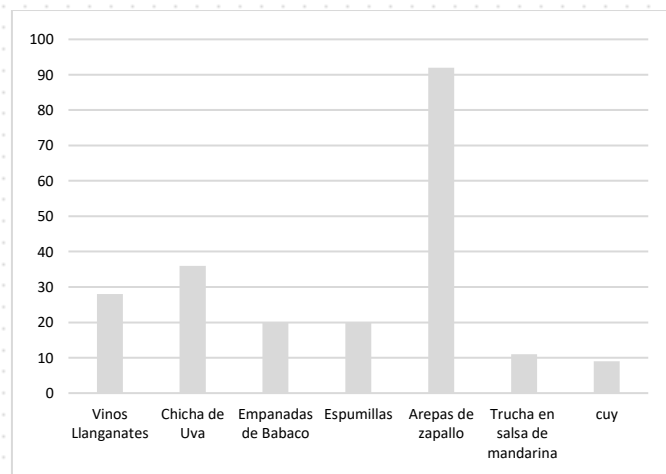
Figura 4. Establecimientos. ¿Qué tipo de establecimientos prefiere a la hora de comer?

El consumo habitual del turista es las arepas de zapallo, pues hay que tener presente que el cantón le dio comienzo a este pequeño aperitivo. Su receta es única e inigualable, la combinación de productos hace de este un aperitivo único para el paladar del comensal. Las arepas de zapallo son el fuerte del cantón (ver figura 5).

Tabla 6: ¿Qué consume eventualmente cuando visita Patate?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cuy	4	3,1	3,1	3,1
Trucha en salsa de mandarina	6	4,6	4,6	7,7
Empanadas de Babaco	11	8,5	8,5	16,2
Espumillas	17	13,1	13,1	29,2
Vinos Llanganates	20	15,4	15,4	44,6
Chicha de Uva	28	21,5	21,5	66,2
Arepas de Zapallo	44	33,8	33,8	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 21 (2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta a los visitantes del cantón Patate (2022).

Figura 5. Aperitivos Gastronómicos. ¿Qué consume eventualmente cuando visita Patate?

Los datos que se obtuvieron en la encuesta dieron como resultado que el turista busca enriquecer sus cocimientos por medio de los platos típicos. Mientras que para la obtención de datos para la ficha del atlas alimentario y la entrevista fueron mediante expertos en la cocina local de Patate quienes entregaron información de los 5 aperitivos más demandados según la encuesta realizada (ver tabla 7).

La economía en el cantón Patate se basa en su gastronomía, en tal virtud se detallará los platos típicos que consigo traen historia, mismo que son parte de la cultura y del legado del "valle de la eterna primavera". Estos relatan el paso de los ancestros enganchando al turista a través de la degustación de un producto cuya materia prima se encuentra en sus alrededores. El uso de estos productos ayuda a mantener la economía, esto impulsa a su conservación y también a la innovación en la realización de nuevos productos con el objetivo de mantener la economía estable.

Tabla 7. Grupo a entrevistar

Entrevistados	Experto en la elaboración de:
Lic. Andrés Cárdenas	Arepas de zapallo
Econ. Mónica Barrionuevo	Chicha de uva
Sra. Elsa García	Empanadas de babaco
Sr. Luis Freire	Vinos llanganates
Sra. Carina Frutos	Espumillas

Fuente: Lesano (2022).

Cocina local arepas de zapallo

Cárdenas, señala que con la visita de Simón Bolívar al cantón Patate, este solicitó que preparen las arepas que se consumen en su país Venezuela, las patateñas no supieron cómo elaborarlas y le pusieron algunos ingredientes, pero el más importante era el zapallo desde ese momento se mantiene el legado. Mencionan Gonzáles & Alonso (2016), que lo que buscan los antepasados es potencializar los saberes y que su legado continúe vivo en sus familias. Se concluye que el turista busca historia, legado y las arepas están envueltas en todo eso, es una generación con técnicas y recetas secretas que hacen únicas y deliciosas para degustarlas.

Forma de preparación

Cocinar el zapallo y cernirlo, después de preparar la masa por 20 minutos, sus ingredientes son harina de maíz, aliño dulce, 8 huevos, mantequilla, el zapallo cernido y manteca. Se le lava a la hoja de achira y se la seca. Se procede a poner la masa en la hoja de achira, el queso se lo pone en la parte de arriba de la masa y de allí se le manda al horno de leña por unos 25 minutos y está listo el producto. Sus propiedades son vitamina **A** por el zapallo, potasio y es bajo en calorías y carbohidratos.

Chicha de uva

Barriovueno, indica que la chicha de uva se lleva realizando desde 1983, en Patate antiguamente había muchos cultivos de uvas en las riberas del río, de allí se comenzó a realizar la chicha como una bebida refrescante. Sus padres le enseñaron el tiempo de maceración de la uva para que produzca una buena chicha y si pasa el tiempo pasaría hacer un vino, pero un vino artesanal que no contiene alcohol y no es industrializado. Mencionan Lacosta & Briones (2015), que los suelos húmedos de Chile convirtieron en el mayor viñedo de toda América, pero la diferencia entre la chicha cruda es que tienen una elaboración sencilla de bajos grados en alcohol, mientras que la chicha cocida son vinos espumantes, los cuales son enterrados bajo tierra. Se concluye que la chicha de uva es un legado que comenzó con la llegada de los jesuitas, trajeron uvas para cultivar a orillas del río Patate y solo fue un producto preparado para calmar la sed.

Forma de preparación

Se le coloca las uvas en una licuadora, se hierve el agua y se le pone las hiervas. En un pondo de plástico se coloca aguas aromáticas, azúcar, uva triturada y se le deja descansar. La fermentación dura 5 días para obtener un

buen producto, pero si se puede dejar fermentar hasta un día y así obtener un producto suave, este puede ser consumido hasta por niños. Sus propiedades son Ácido fólico y vitamina **B6**.

Empanadas de babaco

García, menciona que ella fue la primera en realizar las empanadas de babaco, su receta es única y lleva realizando las empanadas de babaco desde 1986. Su madre Mercedes Vasco le enseñó a realizar las empanadas y sacó a la venta en su establecimiento. Gonzáles & Alonso (2016), mencionan que lo que buscan los antepasados es potencializar los saberes y que su legado continúe vivo, aunque ciertos saberes están en el olvido.

Forma de preparación

Se prepara la masa, se coloca harina, royal, sal, mantequilla y levadura, se le deja descansar a la masa por 30 minutos y cuando ya se tienen preparada la masa se crea la forma de una empanada y se le coloca el babaco y se le pasa al sartén. Sus propiedades Potasio, Fibra, Vitamina **A, C y E**.

Vinos llanganates

Freire, mencionó que el emprendimiento lleva 18 años. Como fábrica de licores desde el año 1988. Desde el 2004 como industria legalmente constituida. Como Quinta desde el 2014. El conocimiento vino de un familiar que se fue a especializar en Italia, vivió un periodo de 7 años y allá aprendió a realizar los vinos y ese conocimiento lo trajo para acá, primero fue autoconsumo en la familia y luego lo lanzaron a la venta de a poco. Dacosta & Vázquez (2007), mencionan que el vino lleva un proceso de fermentación o también llamada La vida sin aire es la ausencia del oxígeno por microorganismos como la levadura y las bacterias, este proceso permite degradar a la azúcar y convertirlo en alcohol. Se concluye que la elaboración es clara, el vino lleva un proceso más largo que la chicha de uva, después de la fermentación pasa por un proceso de añejado, puede variar los años, puede ir desde 1 año hasta los 3 años. Mientras que para poder obtener la chicha solo conlleva entre dos a tres semanas.

Forma de preparación

Se procede a aplastar la fruta, se le introduce un fermento en este caso la levadura, la del pan y pasa por un proceso de 30 a 45 días. Esta es la primera fase del vino, para que se añeje son 7 meses y algunos pueden tardar 2 años para de allí entrar a la venta. Sus propiedades son Vitaminas, Minerales y neutraliza a los reactivos del oxígeno.

Espumilla

Frutos, indica que junto con su esposo comenzaron las espumillas en el cantón Patate y lo llevan realizando 4 años. La iniciativa se dio cuando miraron a los más pequeños del hogar inconformes con la chicha y las arepas, así que pensaron en un producto que les llene de dulce y alegría a los niños. Así surgió la idea de la

espumilla, que es a base de frutas propias del cantón. Gómez (2002) dice que batir es mover cualquier tipo de líquido, este puede ser con la mano o con cualquier tipo de máquina, al momento de mover se le incorpora aire y así se convierte en un líquido con cuerpo y estable.

Forma de preparación

En un bol se coloca las claras de los huevos, se coloca azúcar y fruta de cualquier preferencia y se licua con una máquina especial que los establecimientos del cantón Patate disponen. Sus propiedades son ricas en vitamina C.

Revista hablada

Como parte de los resultados se realizó una revista hablada con el objetivo de difundir información recogida a través de las entrevistas, encuestas y fichas del atlas alimentario. Se trata de una revista con textos, videos y audios; en donde se relata la historia del cantón y de sus platos típicos. Esto busca potenciar el turismo accesible para que todos los turistas, independientemente de sus discapacidades, puedan beneficiarse de una experiencia turística. Se anexa el código Qr para poder observar a la revista hablada, debido a que su información es accesible para personas con discapacidades visuales con el fin de que los productos y sus historias puedan ser apreciadas por todos los visitantes (ver figura 5).



Fuente: *Elaboración propia (2022).*

Figura 6. Revista Hablada.

Conclusiones

La cocina local es un legado ancestral que pertenece a una comunidad que transmite cultura, identidad, costumbres, conocimientos y tradiciones únicas que solo un pueblo puede otorgar a lo largo de la historia y que ha pasado de generación tras generación sin perder el legado de los antepasados. Hay que tener en cuenta que la gastronomía no se nace sabiendo esta es aprendida por medio de la convivencia. Este pequeño rincón del Ecuador vive del turismo mismo que es registrado como la actividad primaria para la economía.

Para poder conocer el gasto en la alimentación y si la gastronomía es uno de los factores motivacionales, se realizó el levantamiento en campo para la parte cuantitativa con una encuesta de 10 preguntas dividida en demográficas (edad, sexo, estado civil y etnia) y motivacionales (naturales y culturales) como población los turistas que visitan el cantón Patate con una muestra

de 130 visitantes mismos que dieron respuesta a cuánto es el gasto promedio en consumo de alimentos, el factor de motivación y los productos de la cocina local del cantón.

Para la parte cualitativa se realizó una entrevista con preguntas que fueron divididas en 5 subtemas, las cuales fueron obtenidas gracias a las respuestas de los encuestados. Ellos mencionan que los platos que se prefiere consumir son las arepas de zapallo, chicha de uva, vinos Llanganates, empanadas de babaco y espumillas. Se realizó a 5 expertos de la cocina local, cada uno en su área, mismo que se encargaron de explicar las características e historia de cada plato. Los expertos dieron respuesta a las fichas del atlas alimentario que responde a los ingredientes, métodos de elaboración y sus propiedades.

Es importante destacar que el estudio se realizó con base en la demanda del turista, obteniendo como resultados al consumo gastronómico como son los productos ya antes mencionados. Los ámbitos que no fueron considerados para la realización de este estudio son el turismo religioso, natural y de compras, puesto que a estos servicios los turistas mencionaron que no son tan demandados en cuanto a su llegada al cantón. Los aspectos investigativos que se descartó fueron las características individuales y físicas del cuerpo investigado, considerando de mayor importancia las respuestas direccionadas al objetivo planteado.

Después de obtener los datos, tanto de las encuestas, entrevistas y fichas del atlas alimentario, se realizó una revista hablada, que contiene imágenes, textos y videos donde se relata la historia, ingredientes y método de elaboración de los platos típicos, es necesario cambiar la visión de excepción en la creación de espacios y productos para públicos fijos y convertir en una visión comprensiva. Esto significa que sea adecuado para todas las personas que, sin importar sus discapacidades, puedan disfrutar de una experiencia turística completa, ya que tienen los mismos deseos y propósitos que el resto al momento de viajar. No se trata de crear un producto nuevo, sino de adaptar los productos ya existentes para que sean aptos para las personas con discapacidades. La Organización Mundial del Turismo declaró el derecho al turismo y al ocio en 1980, y lo que se pretende con esta revista hablada es ofrecer un producto que sea adecuado para las personas con discapacidad visual, permitiéndoles que a través de un audio puedan vivir la experiencia de aprender, conocer y conectar con el pasado. La investigación busca rescatar el pasado y exponerlo en el presente.

Basándonos en los datos recogidos por parte de la encuesta se obtuvo un valor de \$15 y \$30 dólares es el gasto de un turista, el GEOVIT 2018 entregó un valor de 211.551 turistas que visitaron el cantón. Se realizó un gasto promedio por parte del turista en el cantón. Si por un día gasta el turista entre \$22,4, por 7 días gastará un total de \$157,50 entonces al año una persona gastaría

en alimentación, \$8.212,50. En el caso de que los turistas que indica el GEOVIT 2018 arriben durante todo el año, nos daría un total de ingresos, de \$1'737.362,50 a los establecimientos, estos datos estadísticos nos dan a entender que un destino que sepa sobrellevar muy bien al turismo tendrá ingresos económicos durante todo el año. Estos son datos netamente de aproximación.

Referencias

- Araújo, G., & Sevilha, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. *Dialnet*, 26(1), 62-85. Recuperado el 15 de Marzo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6324197>
- Castaño, J., Moreno, A., García, S., & Crego, A. (2003). APROXIMACIÓN PSICOSOCIAL A LA MOTIVACIÓN TURÍSTICA: VARIABLES IMPLICADAS EN LA ELECCIÓN DE MADRID COMO DESTINO. *Estudios Turísticos*(158), 5-41. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/91949.pdf
- Catillo, A. (2021). *Innovación de la cocina local del Portoviejo*. Universidad Tecnica de Ambato, Turismo y Hotelería . Ambato: Universidad Tecnica de Ambato. Recuperado el 30 de Diciembre de 2021, de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33552/1/Castillo%20Cede%20de%20Alexandra%20Cristina_Carrera%20de%20Turismo%20y%20Hoteler%20da.pdf
- Dacosta, & Vázquez. (2007). Fermentación alcohólica. *Scielo*, VIII(4), 249-259. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/iit/v8n4/v8n4a4.pdf>
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior. *Reme*, XIII(35-36), 169-190. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de <http://reme.uji.es/articulos/numero35/articulo9/articulo9.pdf>
- Fernandez, M. (2009). Turismo Accesible: Importancia de la Accesibilidad para el Sector Turístico. *Entelequia*(9), 211-222. Recuperado el 30 de julio de 2022, de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33567628/e09a11-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1659056510&Signature=YPzXqLtMk6-hRoFWZJV7r2wOkIpdPqEaYhO6p-rl1ogvl7WxRm3rjDXtqxlyf~ihL8UTs3DvaGkWZf1QXDVC0BSqgH2tm5wpgGT7QmhETuB9wN-IHbGHS-E1vT1eFOvxy5fwd41~XYDYN7ATZ>
- Fusté- Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Scielo*, 24(1), 4-16. Recuperado el 20 de Abril de 2022, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912016000100001&script=sci_arttext
- García, F., Ramírez, R., & Gonzalez, A. (2016). Discapacidad visual. *Cultura científica y tecnológica*(51), 193-205. Recuperado el 30 de julio de 2022, de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/954/890>
- Gomenz. (2002). Los secretos de las batidoras o la eficaz técnica del cocktail. *La mdiguera*(50), 78-78. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/42095/LA_MADRIGUERA_050_007.pdf?sequence=4
- González, M., & Alonso, J. (2016). Sberes Ancestrales. *10*(1), 165-194. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://www.seer.ufgrs.br/index.php/EspacoAmerindio/article/view/61734/37890>
- Lacosta, P., & Briones, F. (2015). Historia de la chicha de uva: un producto típico en Chile. *scielo*, 33(2), 87-96. Recuperado el 16 de Junio de 2022, de <https://www.scielo.cl/pdf/idesia/v33n2/art11.pdf>
- Mascarenhas, R., & Gandara, J. (2010). La gastronomía como atractivo turístico. *Scielo*, 19(5), 776-791. Recuperado el 20 de Abril de 2022, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000500011
- Ministerio de Turismo. (24 de Mayo de 2022). EL GASTO TURÍSTICO DEL 24 DE MAYO DE 2022 DEJA 42 MILLONES DE DÓLARES. Recuperado el 27 de Septiembre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/gasto-turistico-del-24-de-mayo-de-2022-deja-42-millones-de-dolares/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20las%20cifras,a%20los%20resultados%20de%202018%20>
- Molina, M., & Cánoves, G. (2010). TURISMO ACCESIBLE, TURISMO PARA TODOS: LA SITUACIÓN EN CATALUÑA Y ESPAÑA. *Universidad de Murcia*(25), 25-44. Recuperado el 28 de Junio de 2022, de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/109561/104151>
- Monroy de Sada, P. (2004). *Introducción a la Gastronomía*. (Limusa, Ed.) Mexico: Noriega. Recuperado el 02 de Marzo de 2022, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=PVkjB8gN_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=gastronomia+&ots=p_I7_o_TK7&sig=vDJC_IQJObhYJtZaQkYBkEGFSM#v=onepage&q=gastronomia&f=false
- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. *Scielo*, 16, 261-282. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n3/v16n3a01.pdf>
- OMT. (2003). Organización Mundial del Turismo. OMT. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de <https://www.coe.int/es/web/cultural-routes/world-tourism-organization>
- Organización mundial del Turismo. (2017). SEGUNDO INFORME DE LA OMT SOBRE TURISMO GASTRONÓMICO: SOSTENIBILIDAD Y GASTRONOMÍA. *UNWTO*. Recuperado el 30 de Julio de 2022, de <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-05-25/segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-sostenibilidad-y-gastr>
- Organización mundial del turismo. (26 de Septiembre de 2022). EL TURISMO INTERNACIONAL SE SITÚA AL 60% DE LOS NIVELES ANTERIORES A LA PANDEMIA EN ENERO-JULIO DE 2022. *UNWTO*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2022, de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Rodríguez, D. (2018). TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL TURISMO INCLUSIVO. *Scielo*, 26(1), 125-146. doi:<https://doi.org/10.18359/rfce.3142>
- Salazar, D., Guerrero, M., Núñez Jose, Zambrano, N., & Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Ciencias y tecnología*, 2(4), 48-58. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/issue/view/15/1>
- Servicios turismo. (2022). Establecimientos registrados. Recuperado el 27 de Septiembre de 2022, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

Lineamientos del Boletín de Coyuntura

Instrucciones de presentación de artículos Boletín de Coyuntura

Boletín de Coyuntura es una revista trimestral del Observatorio Económico y Social de Tungurahua - OBEST de la Universidad Técnica de Ambato - UTA (Ambato-Ecuador) (enero-marzo, abril-junio, julio-septiembre y octubre-diciembre), con códigos e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931, registrada en Academia.edu, BASE, Dialnet, Google Scholar, LatinREV, MIAR, REDIB, RRAAE y en el Directorio y Catálogo 2.0 de Latindex. Su objetivo es contribuir al conocimiento científico mediante la difusión de artículos de investigación, comunicación científica o creaciones originales (español/inglés), enfocados en: economía, finanzas, administración y contabilidad; dirigida a profesionales e investigadores que trabajan en estos campos del conocimiento.

Los autores que deseen participar en el proceso de publicación de la revista científica Boletín de Coyuntura deben cumplir las siguientes directrices:

Originalidad

Los artículos presentados deben ser inéditos y originales (español/inglés), en las líneas de investigación de la revista, que no hayan sido publicados anteriormente en ningún medio impreso o electrónico. Cualquier socialización de resultados referente al tema escrito se podrá realizar posterior a la publicación del Boletín de Coyuntura correspondiente. Los artículos pueden ser:

- Artículos de investigación científica
- Artículos de revisión
- Artículos de reflexión

Envío de artículos

Las investigaciones deben ser enviadas en formato Word al email: obeconomico@uta.edu.ec, además, se debe indicar el tipo de artículo (investigación científica, revisión o reflexión). La recepción es abierta durante todo el año.

Normas generales

- Los artículos deben tener máximo cuatro autores.
- Fuente: cambria.
- Color de fuente: negro.
- Tamaño de fuente: 9 puntos excepto los apartados que muestren otra indicación.
- Interlineado: 1,15.
- Márgenes: izquierdo y derecho 3 cm y superior e inferior 1,5 cm.
- El artículo completo debe constar de mínimo 10 y máximo 16 páginas (5.000 y 8.000 palabras), incluido: texto, tablas, figuras, entre otros.
- La numeración de la página debe estar situada en la parte inferior derecha de la hoja.

- Los datos numéricos deben separarse: miles con punto, decimales con coma y millones con apóstrofe aplicado en texto, tablas y figuras, a excepción de los años.
- Toda palabra que lleve tilde o diéresis deberá respetar la regla ortográfica respectiva, aplicándose también en mayúsculas.
- Para referirse al nombre de organizaciones, estas se harán en el idioma original seguido de su acrónimo, y de ser necesario se incluirá su traducción en castellano.
- Para escribir citas bibliográficas dentro del texto, se aplicarán normas APA sexta edición, no es necesario citas de pie de página. Se puede utilizar el programa Zotero como ayuda.

Normas para la elaboración de tablas y figuras

- Los títulos de las tablas y figuras deben estar fuera de las mismas y en letra cambria tamaño 8.
- La representación de datos e información estadística se la denominará tabla y la representación gráfica se la denominará figura, con el número respectivo. (No se debe colocar símbolos o abreviaciones como: #, N°, No., entre otras).
- Las palabras tabla y figura deben ir en negrillas, seguido del título en cursiva sin negrilla en formato oración.
- En las tablas el título debe ir centrado en la parte superior y la fuente en la parte inferior alineada a la derecha.
- Las tablas deben estar autoajustadas a la ventana y con interlineado sencillo.
- En las figuras el título debe ir en la parte inferior después de la fuente alineado a la derecha.
- El texto al interior de tablas y figuras debe ser en formato oración (no todo mayúscula), y en letra cambria tamaño 8.
- Se deben colocar únicamente líneas horizontales en las tablas y fondo blanco (similar al formato APA sexta edición).
- Las figuras deben estar en escala de grises.
- La fuente de tablas y figuras con tamaño de letra 8. La palabra fuente debe estar en negrilla, lo demás con cursiva y sin negrilla y:
 - a. En caso de que sea tomada exactamente de alguna institución, artículo, revista u otros, colocar, por ejemplo: **Fuente:** *Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, Anuario de Estadísticas Vitales – Nacimientos y Defunciones (2014).*
 - b. Si el autor realiza alguna modificación, resumen u otro a la información deberá constar, por ejemplo: **Fuente:** *Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, Anuario de Estadísticas Vitales – Nacimientos y Defunciones (2014).*

- c. En el caso que sea elaborada por el autor con información primaria debe constar: **Fuente:** *Elaboración propia a partir de (encuestas, observación, entrevistas, etc.) (2014).*

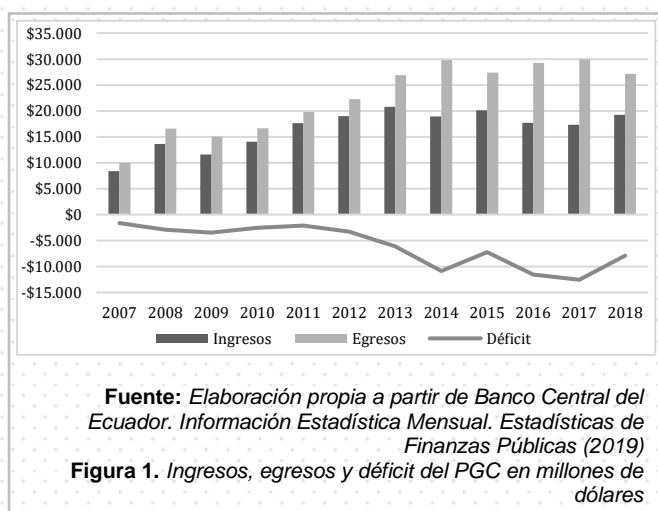
Ejemplo de tabla:

Tabla 6. Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)

Año	Inversiones	Cartera	Depósitos	Capital
2006	1.309,50	986,27	1.141,58	796,65
2007	1.206,82	1.032,78	1.216,75	695,50
2008	1.091,31	1.130,77	1.226,89	862,61
2009	1.047,46	1.031,73	1.119,29	930,13
2010	1.071,11	1.039,89	1.120,79	940,23
2011	1.212,44	985,11	1.133,75	936,65
2012	982,98	1.021,97	1.099,48	935,00
2013	954,43	1.129,53	1.159,31	813,41
2014	1.318,10	1.136,59	1.214,69	969,31
2015	1.049,39	1.115,64	1.225,14	1.004,52
2016	1.065,63	1.201,04	1.242,47	971,60
2017	984,88	1.063,46	1.170,13	910,78
2018	638,45	304,39	325,74	334,91
Promedio	1.071,73	1.013,78	1.107,38	853,95

Fuente: Elaboración propia a partir de Superintendencia de Bancos (2019)

Ejemplo de figura:



Estructura del artículo

Los artículos pueden ser de investigación científica, revisión y reflexión; sus estructuras son las siguientes:

• Artículo de investigación científica

Es un artículo que presenta de manera detallada, los resultados originales de proyectos de investigación, se parte de una pregunta, que se intenta responder a través de un método estructurado y reproducible, debe presentar los siguientes elementos:

- **Título:** Español e inglés, fuente cambria, tamaño 10, centrado, negrilla, formato oración (no todo mayúscula), extensión máxima 20 palabras.
- **Autores:** Se debe incluir en la parte inferior del título un nombre y dos apellidos separados por un guion (en caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada autor), y como pie de página, con cursiva, separado con punto

seguido, escribir: Institución a la que pertenece, facultad/ departamento, ciudad-país, correo electrónico y código ORCID. Si no pertenece a ninguna institución identificarse como investigador independiente.

Ejemplo:

Franklin Pacheco-Rodríguez¹; Danilo Bombón-Orellana²

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato- Ecuador. E-mail: fpacheco@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato-Ecuador. E-mail: dbombon@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5248-2481>

- **Resumen:** De un solo párrafo (mínimo 150 y máximo 200 palabras), debe incluir objetivo del estudio, metodología y principal conclusión.
- **Palabras clave:** De 3 a 5 palabras, se deben escoger considerando cuales utilizaría un usuario para encontrar su artículo a través de un buscador, y acorde al lenguaje que se maneje en el entorno profesional.
- **Abstract:** Traducción al inglés del resumen.
- **Keywords:** Traducción al inglés de las palabras clave.
- **Introducción:** Debe incluir el propósito, importancia, antecedentes investigativos y conocimiento actual del tema.
- **Metodología:** Métodos de investigación empleados para la elaboración del artículo, en el caso de información primaria debe constar la población y muestra calculada y justificar la selección de esa población.
- **Resultados:** Debe exponer resultados que respondan a los objetivos e hipótesis del estudio con datos cualitativos o cuantitativos.
- **Conclusiones:** Extensión mínima 500 palabras, en las que se destaque la contribución más importante del artículo respondiendo a los objetivos de la investigación.
- **Referencias:** Incluir todas las fuentes bibliográficas utilizadas y/o referidas en el texto, en normas APA sexta edición en orden alfabético y sangría francesa (mínimo 15).

• Artículo de revisión

Es un artículo que recopila la información más relevante de un tema específico. Se analizan, sistematizan e integran los resultados de otras investigaciones en un campo determinado, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Su finalidad es examinar la bibliografía publicada y situarla en cierta perspectiva; debe presentar los siguientes elementos:

- **Título:** Español e inglés, fuente cambria, tamaño 10, centrado, negrilla, formato oración (no todo mayúscula), extensión máxima 20 palabras.
- **Autores:** Se debe incluir en la parte inferior del título un nombre y dos apellidos separados por un guion (en caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada autor), y como pie

de página, con cursiva, separado con punto seguido, escribir: Institución a la que pertenece, facultad/ departamento, ciudad-país, correo electrónico y código ORCID. Si no pertenece a ninguna institución identificarse como investigador independiente.

Ejemplo:

Franklin Pacheco-Rodríguez¹; Danilo Bombón-Orellana²

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato- Ecuador. E-mail: fpacheco@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato-Ecuador. E-mail: dbombon@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5248-2481>

- **Resumen:** Exposición corta y clara del contenido del artículo, se indican los resultados más relevantes y la conclusión principal, consiste en un solo párrafo (mínimo 150 y máximo 200 palabras).
- **Palabras clave:** De 3 a 5 palabras, se deben escoger considerando cuales utilizaría un usuario para encontrar su artículo a través de un buscador, y acorde al lenguaje que se maneje en el entorno profesional.
- **Abstract:** Traducción al inglés del resumen.
- **Keywords:** Traducción al inglés de las palabras clave.
- **Introducción:** Apartado en el que se plantea la necesidad de abordar la pregunta o preguntas que se quiere contestar (del tema a revisar).
- **Metodología:** Se expone cómo, con qué criterios y qué trabajos se han seleccionado y revisado.
- **Desarrollo y discusión:** Se presentan los detalles más destacables de los artículos revisados y la síntesis discutida y argumentada de los resultados.
- **Conclusiones:** Extensión mínima 500 palabras, se presentan las consecuencias que se extraen de la revisión, propuestas de nuevas hipótesis y líneas de investigación concretas para el futuro.
- **Referencias:** Incluir todas las fuentes bibliográficas utilizadas y/o referidas en el texto, en normas APA sexta edición en orden alfabético y sangría francesa (mínimo 30).

• Artículo de reflexión

Es un artículo de carácter subjetivo en el que se presenta el resultado de una investigación desde la perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, sustentada a través de otras investigaciones; debe presentar los siguientes elementos:

- **Título:** Español e inglés, fuente cambria, tamaño 10, centrado, negrilla, formato oración (no todo mayúscula), extensión máxima 20 palabras.
- **Autores:** Se debe incluir en la parte inferior del título un nombre y dos apellidos separados por un guion (en caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada autor), y como pie de página, con cursiva, separado con punto seguido, escribir: Institución a la que pertenece, facultad/ departamento, ciudad-país, correo electrónico y código ORCID. En caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada

autor. Además, si no pertenece a ninguna institución identificarse como investigador independiente.

Ejemplo:

Franklin Pacheco-Rodríguez¹; Danilo Bombón-Orellana²

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato- Ecuador. E-mail: fpacheco@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato-Ecuador. E-mail: dbombon@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5248-2481>

- **Resumen:** Exposición corta y clara del contenido del artículo, se indican los resultados más relevantes y la conclusión principal, consiste en un solo párrafo (mínimo 150 y máximo 200 palabras).
- **Palabras clave:** De 3 a 5 palabras, se deben escoger considerando cuales utilizaría un usuario para encontrar su artículo a través de un buscador, y acorde al lenguaje que se maneje en el entorno profesional.
- **Abstract:** Traducción al inglés del resumen.
- **Keywords:** Traducción al inglés de las palabras clave.
- **Introducción:** Apartado en el que se indica la importancia del tema de estudio, antecedentes históricos, definición del problema y objetivos.
- **Reflexión:** Se presentan las ideas, argumentos y reflexiones del autor de forma coherente, resultado de un proceso de formación, investigación y análisis; se encaminan en base a un tópico fundamental en torno al cual se reflexiona y se elaboran argumentos.
- **Conclusiones:** Extensión mínima 500 palabras, se mencionan los resultados de las reflexiones expuestas anteriormente, también es un escenario para la autocrítica, limitaciones o posibles variables en futuras investigaciones.
- **Referencias:** Incluir todas las fuentes bibliográficas utilizadas y/o referidas en el texto, en normas APA sexta edición en orden alfabético y sangría francesa (mínimo 25).

Proceso editorial Boletín de Coyuntura

El Proceso Editorial del Boletín de Coyuntura abarca dos fases. La primera consiste en lo siguiente:

1. Recepción de artículos a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec
2. El Equipo Técnico realiza una breve lectura del contenido y verifica que el tema esté acorde a las líneas de investigación de la revista, en caso de falencias se enviará al Coordinador/Editor para que evalúe y determine si puede continuar el Proceso Editorial.
3. Autorización de Coordinador/Editor para continuar el Proceso Editorial.
4. Solicitud de declaraciones de compromiso a los autores del artículo.
5. El Equipo Técnico verifica el cumplimiento de normas de presentación de la revista, y revisión antiplagio con

software URKUND, el porcentaje de coincidencias no debe superar el 20%.

Una vez que el artículo cumpla con la primera fase, pasa a la segunda que consiste en el sistema de arbitraje.

Sistema de arbitraje

El sistema de arbitraje del Boletín de Coyuntura es de modalidad doble ciego (se mantiene oculta la identidad del autor y de los pares evaluadores). Cada artículo es sometido a la revisión de dos evaluadores, ajenos al Comité Editorial. El sistema de arbitraje cumple los siguientes pasos:

1. El Equipo Técnico designa un miembro del Comité Editorial acorde a la temática, quien revisa en forma general el contenido del artículo, determina originalidad, importancia y pertinencia del tema acogiendo una de las tres decisiones:
 - Aprobado para revisión por pares
 - Aprobado para revisión por pares, condicionando al autor cumplir con los requerimientos solicitados
 - Rechazado
2. Una vez aprobado el artículo para revisión por pares, el Comité Editorial designa dos evaluadores acordes a la temática.
3. En caso de que se rechace el artículo en primera instancia, el Coordinador/Editor puede solicitar el criterio de otro miembro del Comité Editorial.
4. Los evaluadores revisan el contenido de los artículos, acogiendo una de las tres decisiones:
 - Aprobado para publicación
 - Aprobado para publicación, condicionando al autor cumplir con las correcciones solicitadas
 - Rechazado
5. En caso de que los evaluadores no cumplan con las funciones, requerimientos y fechas establecidas, el Comité Editorial tomará las acciones pertinentes para continuar con el sistema de arbitraje.
6. El Comité Editorial con base a los informes de los evaluadores, acepta o rechaza el artículo para publicación.
7. En caso de que un evaluador acepte el artículo y otro lo rechace, el Comité Editorial puede solicitar una evaluación adicional para romper el empate.
8. En caso de que el Comité Editorial no cumpla con las funciones, requerimientos y fechas establecidas, el Coordinador/Editor tomará las acciones pertinentes para continuar con el sistema de arbitraje.
9. El Coordinador/Editor toma la decisión final de publicación y envía la certificación al autor de ser el caso.

Una vez terminada la segunda fase (sistema de arbitraje) se procede a la maquetación, revisión y publicación de la revista.

Nota: La comunicación se realiza a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec

Política editorial Boletín de Coyuntura

Descripción de la revista

Boletín de Coyuntura es una revista trimestral del Observatorio Económico y Social de Tungurahua - OBEST de la Universidad Técnica de Ambato - UTA (Ambato-Ecuador) (enero-marzo, abril-junio, julio-septiembre y octubre-diciembre), con códigos e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931, registrada en Academia.edu, BASE, Dialnet, Google Scholar, LatinREV, MIAR, REDIB, RRAAE y en el Directorio y Catálogo 2.0 de Latindex. Su objetivo es contribuir al conocimiento científico mediante la difusión de artículos de investigación, comunicación científica o creaciones originales (español/inglés), enfocados en: economía, finanzas, administración y contabilidad; dirigida a profesionales e investigadores que trabajan en estos campos del conocimiento.

Originalidad

Los artículos publicados en la revista son inéditos y originales (español/inglés), en las líneas de investigación de la revista, que no han sido publicados anteriormente en ningún medio impreso o electrónico. Los autores no deben enviar de manera simultánea/múltiple un mismo artículo a diferentes publicaciones o editoriales. Cualquier socialización de resultados referente al tema escrito se lo realiza posterior a la publicación del Boletín de Coyuntura correspondiente; los artículos son de investigación científica, revisión y reflexión.

Comité Científico Internacional

Los miembros del Comité Científico Internacional son profesionales de otros países y poseen las siguientes características:

- Reconocida trayectoria internacional.
- Nivel académico de maestría o superior.
- Experiencia en investigación (publicaciones científicas, conferencias dictadas, arbitraje en otras revistas de investigación, dirección de tesis, reconocimientos, entre otros).
- Especialistas en los campos de acción de la revista.

La base de datos del Comité Científico Internacional se incrementa constantemente, según se requiera, seleccionando miembros que cumplan los puntos mencionados, además, es actualizada/depurada con base a las estadísticas de colaboración y revisión de la revista.

Nota: La comunicación se realiza a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec

Comité Editorial y evaluadores

Los miembros del Comité Editorial y evaluadores del Boletín de Coyuntura son internos/externos a la Universidad Técnica de Ambato y poseen las siguientes características:

- Reconocida trayectoria nacional y/o internacional.
- Nivel académico de maestría o superior.
- Experiencia en investigación (publicaciones científicas, conferencias dictadas, arbitraje en otras revistas de investigación, dirección de tesis, reconocimientos, entre otros).
- Especialistas en los campos de acción de la revista.

La base de datos del Comité Editorial y evaluadores se incrementa constantemente, según se requiera, seleccionando miembros que cumplan los puntos mencionados, además, es actualizada/depurada con base a sus estadísticas de revisión de artículos.

Nota: La comunicación se realiza a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec

Declaración de privacidad

Los nombres y direcciones de correos electrónicos ingresados y/o registrados se usarán exclusivamente para los fines declarados por esta revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.

Antiplagio

Todos los artículos recibidos para publicación en esta revista son sometidos a revisión antiplagio mediante software URKUND, donde las coincidencias gramaticales y ortotipográficas no deben superar el 20%, caso contrario el artículo es rechazado; garantizando que los trabajos sean inéditos y cumplan con los estándares de calidad editorial que avalen producción científica propia.

Conflicto de intereses

Todos los autores están obligados a declarar explícitamente que no hay conflictos de intereses que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas. Los autores también deben indicar cualquier financiación de agencias y/o de proyectos de los que surge el artículo de la investigación; en caso de no contar con fuentes externas, los autores deberán declarar el trabajo como “autofinanciado” o “fondos propios”.

Declaración de responsabilidad

El contenido de los artículos enviados al Boletín de Coyuntura es responsabilidad del autor y atestiguan que el trabajo es original e inédito, que no contiene partes de otros autores o de otros fragmentos de trabajos ya publicados. Además, confirman la veracidad de los datos, esto es, que no se han alterado los datos empíricos para verificar hipótesis.

Derechos de autor



Las publicaciones del Boletín de Coyuntura están bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional. La Universidad Técnica de Ambato conserva los derechos patrimoniales (copyright) de las obras publicadas, y favorece y permite la reutilización de estas, siempre que: se cite la autoría y fuente original de su publicación, no se usen para fines comerciales u onerosos.

Contribución de autor

La revista Boletín de Coyuntura considera que los autores contribuyen por igual en la elaboración de los artículos, por lo que no solicita declaración de contribución.

Acceso abierto



La revista Boletín de Coyuntura es de acceso abierto, todo el contenido está disponible de forma gratuita y sin cargo para el usuario o su institución. Los usuarios pueden leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o enlazar a los textos completos de los artículos, o utilizarlos para cualquier otro propósito legal, sin pedir permiso previo al editor o al autor y sin necesidad de registrarse, además, no existe periodo de embargo del contenido. Todas las publicaciones de la revista están bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional. La política de acceso abierto del Boletín de Coyuntura se encuentra de acuerdo con la Budapest Open Access Initiative – BOAI.

Cargos de procesamiento de artículos (APC)

Los artículos publicados en la revista Boletín de Coyuntura no tienen costo de presentación, procesamiento o publicación para los autores.

Actualización de información y preservación digital

El Equipo Técnico de la revista actualiza de manera constante su sitio web, según se requiera, brindando a los investigadores información renovada. Las actualizaciones son:

- Publicación de un nuevo número de la revista.
- Indicaciones para autores y lectores.
- Convocatoria de artículos.
- Cuerpo Editorial de la revista.
- Links de sitios web relacionados.
- Otros que la revista considere importante.

Además, toda la información de la revista está depositada en los servidores de la Universidad Técnica de Ambato, que elabora un respaldo mensual de su base de datos y trimestral de su servidor.

Código de Ética Boletín de Coyuntura

El Código de Ética de la revista Boletín de Coyuntura se basa en las directrices del Committee on Publication Ethics (COPE) disponible en: <http://publicationethics.org/resources/guidelines>

1. Compromisos de los autores

- **Originalidad:** Los artículos enviados al Boletín de Coyuntura deben ser inéditos y originales, en las líneas de investigación de la revista, que no hayan sido publicados anteriormente de forma parcial o total en ningún medio impreso o electrónico en cualquier idioma.
- **Publicaciones múltiples y/o repetitivas:** Los autores no deben enviar de manera simultánea/múltiple un mismo artículo a diferentes publicaciones o editoriales, pues existe la posibilidad de que sea publicado más de una vez. La propuesta simultánea de la misma contribución a múltiples revistas científicas es considerada una práctica éticamente incorrecta y reprochable.

- **Atribuciones, citas y referencias:** El autor debe proporcionar siempre la correcta indicación de las fuentes y los aportes mencionados en el artículo.
- **Autoría:** Los autores garantizan la inclusión de aquellas personas que han realizado una contribución científica e intelectual significativa en el artículo. Además, la revista considera que los autores contribuyen por igual en la elaboración de las investigaciones, por lo que no solicita declaración de contribución.
- **Acceso y retención:** Si se considera apropiado, los autores de los artículos pueden poner a disposición las fuentes o los datos en que se basa la investigación, que puede conservarse durante un periodo razonable de tiempo después de la publicación y posiblemente hacerse accesible.
- **Conflicto de intereses y divulgación:** Todos los autores están obligados a declarar explícitamente que no hay conflictos de intereses que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas. Los autores también deben indicar cualquier financiación de instituciones y/o de proyectos de los que surge el artículo de la investigación.
- **Errores en los artículos publicados:** Cuando un autor identifica en su artículo un error, deberá inmediatamente informar a la revista y proporcionar toda la información necesaria para realizar las correcciones pertinentes.
- **Responsabilidad y fidelidad de los datos:** El contenido del artículo es de total responsabilidad del autor y atestigua que el trabajo no contiene partes de otros autores o de otros fragmentos de trabajos ya publicados. Además, confirman la veracidad de los datos, esto es, que no se han alterado los datos empíricos para verificar hipótesis.

Notas:

- Todos los artículos recibidos para publicación en la revista son sometidos a revisión antiplagio mediante software URKUND, donde las coincidencias gramaticales y ortotipográficas no deben superar el 20%, caso contrario el artículo es rechazado; garantizando que los trabajos sean inéditos y cumplan con los estándares de calidad editorial que avalen producción científica propia.
- El incumplimiento de algún compromiso, por parte de los autores será considerado como una práctica éticamente incorrecta y reprochable, y se procederá a descartar el artículo para publicación en el Boletín de Coyuntura.

2. Compromisos de los evaluadores

- **Contribución a la decisión editorial:** La revisión por pares evaluadores ayuda al Comité Editorial para tomar decisiones sobre los artículos propuestos y también permite al autor mejorar la calidad de los artículos enviados para su publicación. Los evaluadores asumen el compromiso de realizar una revisión crítica, honesta, constructiva y sin sesgo, tanto de la calidad científica como de la calidad literaria del escrito en el campo de sus conocimientos y habilidades.
- **Respeto de los tiempos de revisión:** Los evaluadores se comprometen a revisar los trabajos en el menor tiempo posible para respetar los plazos de entrega, en consideración a los autores y sus trabajos.
- **Confidencialidad:** Cada artículo debe ser considerado como confidencial. Por lo tanto, las investigaciones no se deben discutir con otras personas sin el consentimiento expreso del Coordinador/Editor mientras dure el proceso editorial, de tal manera que el anonimato preserve la integridad intelectual de todo el proceso.
- **Honestidad:** Los evaluadores revisan los artículos enviados para su publicación sobre la base del mérito científico de los contenidos, sin discriminación de raza, género, orientación sexual, religión, origen étnico, nacionalidad, opinión política de los autores.
- **Objetividad:** La revisión por pares evaluadores debe realizarse de manera objetiva, por lo que están obligados a dar razones suficientes para cada una de sus valoraciones, entregando un informe detallado. Además, pueden informar a la revista sobre cualquier similitud o solapamientos del manuscrito con otros trabajos publicados.
- **Anonimidad:** Para garantizar que el proceso de revisión sea lo más objetivo, imparcial y transparente posible, la identidad de los autores se suprime antes de ser enviados los trabajos a revisión por pares evaluadores. En el caso de que por algún motivo se haya visto comprometida la identidad de los autores, sus filiaciones institucionales o algún otro dato que ponga en riesgo la anonimidad del documento, el evaluador debe comunicar de inmediato a la revista.

Nota: El incumplimiento de algún compromiso por parte de los evaluadores será considerado como una práctica éticamente incorrecta y reprochable, y el Coordinador/Editor de la revista realizará llamados de atención, separación de los evaluadores o cualquier acción de corrección que crea pertinente.

3. Compromisos del Comité Editorial

- **Decisión de publicación:** El Comité Editorial garantizará la selección de los evaluadores más cualificados y especialistas en el campo de

investigación del artículo, para emitir una apreciación crítica y experta del trabajo, con los menores sesgos posibles. La revista opta por seleccionar 2 evaluadores por cada manuscrito, en caso de que uno acepte y otro rechace el artículo, el Comité Editorial puede solicitar una evaluación adicional para romper el empate.

- **Honestidad:** El Comité Editorial evalúa los artículos enviados para su publicación sobre la base del mérito científico de los contenidos, sin discriminación de raza, género, orientación sexual, religión, origen étnico, nacionalidad, opinión política de los autores.
- **Confidencialidad:** Cada artículo debe ser considerado como confidencial. Por lo tanto, las investigaciones no se deben discutir con otras personas sin el consentimiento expreso del Coordinador/Editor mientras dure el proceso editorial, de tal manera que el anonimato preserve la integridad intelectual de todo el proceso.
- **Conflicto de intereses y divulgación:** El Comité Editorial se compromete a no utilizar en sus investigaciones contenidos de los artículos enviados para su publicación sin el consentimiento por escrito del autor.
- **Contribución a la decisión de publicación:** La revisión por Comité Editorial ayuda al Coordinador/Editor para tomar decisiones sobre los artículos propuestos y también permite al autor mejorar la calidad de los artículos enviados para su publicación.
- **Respeto de los tiempos de revisión:** El Comité Editorial se compromete a revisar los trabajos y asignar pares evaluadores en el menor tiempo posible para respetar los plazos de entrega, en consideración a los autores y sus trabajos.
- **Objetividad:** La revisión por Comité Editorial debe realizarse de manera objetiva, por lo que están obligados a dar razones suficientes para cada una de sus valoraciones, entregando un informe detallado. Además, pueden informar a la revista sobre cualquier similitud o solapamientos del manuscrito con otros trabajos publicados.

- **Anonimidad:** Para garantizar que el proceso de revisión sea lo más objetivo, imparcial y transparente posible, la identidad de los autores se suprime antes de ser enviados los trabajos a revisión por Comité Editorial. En el caso de que por algún motivo se haya visto comprometida la identidad de los autores, sus filiaciones institucionales o algún otro dato que ponga en riesgo la anonimidad del documento, el miembro del Comité Editorial debe comunicar de inmediato a la revista.

Nota: El incumplimiento de algún compromiso por parte del Comité Editorial será considerado como una práctica éticamente incorrecta y reprobable, y el Coordinador/Editor de la revista realizará llamados de atención, separación del Comité Editorial o cualquier acción de corrección que crea pertinente.

4. Proceso de atención a quejas

- Se recibirán quejas de parte de autores siempre y cuando estén bien fundamentadas, las cuales serán atendidas siguiendo las normas de la revista. En ningún caso el proceso de solución de quejas involucrará revelar la identidad del Comité Editorial y evaluadores.
- Cualquier reclamo sobre un proceso de evaluación será atendido siempre y cuando el autor identifique los posibles errores en la revisión realizada. En ningún momento se cuestionará la aptitud del Comité Editorial o evaluadores. Las quejas se dirigirán al Coordinador/Editor, con la respectiva argumentación y las pruebas para considerar el caso. Se dará una respuesta al reclamo en el menor tiempo posible.
- Si se llegara a recibir una denuncia de plagio posterior a la publicación de un artículo en el Boletín de Coyuntura, y esto es comprobado por la revista, se retirará ese manuscrito de la página web del número publicado y de todos los repositorios y bases de datos en las que conste el mencionado texto plagiado.

REGISTRADA EN:





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**Publicación Trimestral
BOLETÍN DE COYUNTURA
ENERO - MARZO 2023
Número 36
e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931**

OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA

Dirección: Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi, Av. Los Chasquis y Río Payamino
Facultad de Contabilidad y Auditoría (subsuelo)

Teléfonos: (593) 03-2848487 ext. 102

Fax: (593) 03-2844362 ext. 111

Sitio web "Boletín de Coyuntura": <http://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu>

Sitio web Latindex: <https://www.latindex.org/latindex/ficha/23399>

Sitio web ISSN: <https://portal.issn.org/resource/ISSN/2600-5727>

Sitio web Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=rbeAdnEAAAAJ>

Sitio web Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=27640>

Sitio web Academia.edu: <https://utaedu.academia.edu/Bolet%C3%ADndeCoyuntura>

Sitio web BASE: <https://www.base-search.net/Search/Results?lookfor=https%3A%2F%2Frevistas.uta.edu.ec%2Ferevista%2Findex.php%2Fbcoyu&name=&oaboost=1&newsearch=1&refid=dcbasen>

Sitio web LatinREV: <https://latinrev.flacso.org.ar/revistas/boletin-coyuntura>

Sitio web MIAR: <http://miar.ub.edu/issn/2528-7931>

Sitio web REDIB: https://redib.org/Serials/Record/oai_revista6382-boletin-de-coyuntura

Sitio web RRAAE:

http://rraae.org.ec/Search/Results?filter%5B%5D=instname_str%3A%22Universidad+T%C3%A9cnica+de+Ambato%22&filter%5B%5D=reponame_str%3A%22Revista+Bolet%C3%ADn+de+Coyuntura%22&lookfor=Universidad+Técnica+de+Ambato&type=AllFields

Blog OBEST-CEDIA: <https://obest.uta.edu.ec/>

Sitio web OBEST-FCAUD-UTA: <https://fca.uta.edu.ec/v4.0/index.php/servicios>

Síguenos también en Facebook como @OBESTUTA:

<https://www.facebook.com/OBESTUTA/>

www.uta.edu.ec