



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA

“TESIS DE POSGRADO”
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN
CONTADURÍA PÚBLICA

“Análisis del efecto económico en las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil por el incremento de la tasa del IVA al 14% en el período 2015- 2017”

AUTOR: C.P.A SANDRA MARÍA ASPIAZU VÉLEZ

TUTOR: ING. EDUARDO ANDRÉS GUZMÁN BARQUET

GUAYAQUIL – ECUADOR

AGOSTO -2018

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

ANÁLISIS DEL EFECTO ECONÓMICO EN LAS PYMES COMERCIALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL POR EL INCREMENTO DE LA TASA DEL IVA AL 14% EN EL PERÍODO 2015- 2017

AUTOR:

CPA. SANDRA MARIA ASPIAZU
VÉLEZ

TUTOR: ING. EDUARDO ANDRÉS GUZMÁN BARQUET

REVISOR: ING. ITALO MARTILLO PAZMIÑO

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

(25 – 08 - 2018)

No. DE PÁGS: 80 páginas

TÍTULO OBTENIDO: MAGISTER EN CONTADURÍA PÚBLICA

ÁREAS TEMÁTICAS: TRIBUTACION, CONTABILIDAD

PALABRAS CLAVE: IVA, EFECTO ECONÓMICO, PYMES,

RESUMEN: El presente estudio es de tipo cuantitativo, el objetivo es comprobar la hipótesis de existir impacto económico por el incremento de la tasa del Impuesto del Valor Agregado del 12 al 14% en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la ciudad de Guayaquil.

Mediante revisión de información pública de la Superintendencia de Compañías y Servicio de Rentas Internas se realizó el estudio primario. El estudio secundario se realizó mediante modalidad bibliográfica, referentes teóricos provenientes de textos, artículos científicos, tesis concernientes a el Impuesto al Valor agregado.

El presente trabajo generó propuestas donde se plantea estrategias direccionadas al SRI, como mecanismo para mantener o impulsar el desarrollo de las PYMES.

No. DE REGISTRO (en base de datos):

No. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

x SI

NO

CONTACTO CON

AUTOR/ES:

C.P.A Sandra Aspiazu V.

Teléfono:

0994994966

E-mail:

sandraaspiazu@gmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Ing. Carlos Luis Torres, PhD

Nombre: Maestría en Contaduría Pública

Teléfono: 042596830

E-mail: sandraaspiazu@gmail.com

CERTIFICACIÓN DEL URKUND

17/7/2018

D40573520 - Tesis Sandra-20180713.docx - Urkund

Lista de fuentes Bloques

Documento [Tesis Sandra-20180713.docx](#) (D40573520)

Presentado 2018-07-13 15:18 (-05:00)

Presentado por joffre.mateob@ug.edu.ec

Recbido eduardo.guzman01.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje Tesis Sandra 20180713 [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 22 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

100%

1 Advertencias. #1 Reiniciar Activar

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA "
"TESIS DE POSGRADO" PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN CONTADURÍA PÚBLICA	TESIS DE POSGRADO" PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN CONTADURÍA PÚBLICA "
"Análisis del efecto económico en las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil por el incremento de la tasa del IVA al 14% en el periodo 2015-2017"	Análisis del efecto económico en las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil por el incremento de la tasa del IVA al 14% en el periodo 2015- 2017"
AUTOR: SANDRA MARÍA ASPIAZU VÉLEZ TUTOR: EDUARDO ANDRÉS GUZMÁN BARQUET	AUTOR: SANDRA MARÍA ASPIAZU VÉLEZ TUTOR: EDUARDO ANDRÉS GUZMÁN BARQUET
GUAYAQUIL – ECUADOR	GUAYAQUIL – ECUADOR
MAYO-2018	MAYO-2018
Tabla de contenido Introducción. 4 Delimitación del problema: 5 Formulación del problema: 6 Justificación práctica: 6 Objeto de estudio: 6 Campo de acción o de investigación: 6 Objetivo general: 7 Objetivos específicos: 7 La novedad científica: 7 Capítulo 1. 8 MARCO	

<https://secure.orkund.com/view/39738603-922991-297067#q1bKLvayijY0MI3VUSrOTM/LTM:MTsxLTIWYMIzMLAwNzQwM7K0NDI0MrW0MDGqBQA=> 1/1

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante SANDRA MARÍA ASPIAZU VÉLEZ, del Programa de Maestría en Contaduría Pública, nombrado por el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas. CERTIFICO: que la tesis de posgrado titulada MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA, en opción al grado académico de Magister en Contaduría Pública, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

Atentamente

Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet

TUTOR

Guayaquil, agosto de 2018

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios, mis hijas:
Rafaela y Sandrita, mi motor e
inspiración, a mi esposo Joffre Mateo
por su apoyo y paciencia, a mi madre
Santa Vélez ejemplo de
perseverancia, amor inagotable y
oración constante.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a la Virgen Santísima Maria Auxiliadora, por ser mi apoyo desde el cielo, mi fe constante y mi fortaleza.

Al Ing. Joffre Mateo V., Sra. Nancy Banchón, Maria Vélez, Maricela Aspiazu, Steven Aspiazu, por cuidar lo más preciado que tengo mis hijas, por todo el apoyo recibido y demostrado en todo el proceso de la maestría, sin ustedes no habría sido posible

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

FIRMA

SANDRA ASPIAZU VÉLEZ

Tabla de contenido

Introducción	5
Delimitación del problema.....	6
Formulación del problema	6
Justificación práctica	7
Objeto de estudio.....	7
Campo de acción o de investigación	7
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
La novedad científica:.....	8
Capítulo 1	9
MARCO TEÓRICO	9
1.1 Teorías generales.....	9
1.2 Teorías sustantivas	15
1.3 Referentes empíricos	31
Capítulo 2.....	40
MARCO METODOLÓGICO	40
2.1 Metodología	40
2.2 Diagrama de Procesos	41
2.3 Métodos	41
2.4 Premisas o Hipótesis	42
2.5 Universo y muestra	42
2.7 Gestión de datos.....	44
2.8 Criterios éticos de la investigación	44

Capítulo 3.....	45
RESULTADOS	45
3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población	45
3.2 Diagnóstico o estudio de campo	46
Capítulo 4.....	67
DISCUSIÓN	67
4.1 Contrastación empírica.....	67
4.2 Limitaciones.....	70
4.3 Líneas de investigación	70
4.4 Aspectos relevantes	70
Capítulo 5.....	72
PROPUESTA.....	72
Conclusiones y recomendaciones.....	74
Anexo 1	81
Anexo 2	84
Anexo 3	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución del IVA	9
Tabla 2. Calendario Tributario	14
Tabla 4. Compañías en porcentaje	32
Tabla 5. Clasificación Nacional	33
Tabla 7. Análisis comparativo-tamaño de empresa 2016.....	36
Tabla 8. Clasificación G45	36
Tabla 9. Clasificación G.46.....	37
Tabla 10. Clasificación G.47.....	39
Tabla 11. Operacionalización de variables	43
Tabla 12. G45 No PYMES registradas por año	46
Tabla 14. G45, total de ingresos por años.....	48
Tabla 16. G45, utilidades por año	49
Tabla 18. G46, No de PYMES registrada por año	51
Tabla 20. G46, Total de ingreso por año	53
Tabla 22. G.46, Utilidad por año.....	54
Tabla 24. G47, No PYMES registradas por año	56
Tabla 26. G47, Total de ingreso por año	58
Tabla 28. G47, utilidades por año	60
Tabla 30. Recaudaciones fiscales 2015	62
Tabla 32. Recaudaciones Fiscales, 2016	63
Tabla 34. Recaudaciones fiscales 2017	64
Tabla 36. Afectación en la recaudación por año	66
Tabla 38. sector comercial G. por años	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ecuación de Slutsky.....	18
Figura 2 División de Compañías por tamaño.....	31
Figura 3 Empresas del Ecuador distribuido por sectores.....	34
Figura 4 variación número de PYMES registradas por año sección G.45	47
Figura 5 Variación de ingresos por años sección G45	48
Figura 6 Variación de utilidades por año sección G45.....	50
Figura 7 Variación del número Pymes registradas por año, sección G45	52
Figura 8 Variación total de ingresos por año sección G46.....	53
Figura 9. Variación utilidad por año sección G46.....	55
Figura 10. Variación registro No de PYMES por año sección G47.....	57
Figura 11. Variación de ingreso por año sección G47	59
Figura 12. Variación de utilidad por año sección G47	61
Figura 13 Variación en recaudaciones fiscales por sector G, 2015.....	62
Figura 14 Variación en recaudaciones fiscales por sector G, 2016.....	63
Figura 15 Variación en recaudaciones fiscal por sector G, 2017.....	64
Figura 16 Variación en la recaudación por año 2015, 2016 y 2017.....	66
Figura 17 Ingreso por ventas sector comercial	68
Figura 18 Números de empresa sector comercial	69
Figura 19 Variación por año de utilidad sector comercial.....	69

ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

Título: Análisis del efecto económico en las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil por el incremento de la tasa del IVA al 14% en el período 2015- 2017.

Resumen:

El objetivo del presente estudio es comprobar la hipótesis de existir impacto económico por el incremento de la tasa del Impuesto del Valor Agregado del 12 al 14% en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la ciudad de Guayaquil, Según (Borga, 2011) entre las contribuciones modernas aparece el IVA que es un impuesto indirecto que aplica un porcentaje sobre el valor agregado o añadido que se genera en cada fase de comercialización; el responsable de recaudar y declarar el IVA es el agente de percepción, pero quien realmente paga es el consumidor.

El incremento del IVA influiría sobre el nivel general de precios en la economía de un país, afectando el cumplimiento de las metas comerciales, el consumo de los productos bajaría, por motivo de percepción de los consumidores ya no adquirirían productos en la misma magnitud porque el precio ha aumentado o incidiría en el contrabando, ambos casos no aportan a la economía de una nación.

En sector comercial las PYMES en varios casos asumen el incremento del 2%, estos factores afectan en los ingresos y utilidad de las PYMES comerciales, otro punto a analizar y comparar son las recaudaciones fiscales de los años 2015, 2016 y 2017 del Servicio de Rentas

Internas y entrevistas generadas para personal capacitado de la Superintendencia de Compañías y gerente general de una PYME comercial.

El incremento temporal de dos puntos porcentuales en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) que estableció la Ley de Responsabilidad y Corresponsabilidad con los afectados del terremoto del 16 de abril del año 2016, estuvo vigente desde el mes de junio del 2016 hasta el mes de mayo del 2017, su incremento se basó en la necesidad del Estado de disponer de fondos adicionales al presupuesto para destinarlo a la reconstrucción de zonas afectadas.

En la tesis se hace la propuesta al Servicio de Rentas Internas de adaptar nuevas estrategias para poder mantener el IVA en 12% aun teniendo que financiar alguna catástrofe que se llegara a suscitar en nuestra nación con el objetivo de no afectar a las PYMES comerciales en sus ingresos ni utilidades ya que son pieza muy importante en la economía del país.

Palabras clave: Impuesto al Valor Agregado, PYMES comerciales, Efecto económico

Summary:

The objective of this study is to verify the hypothesis of economic impact due to the increase in the Value Added Tax rate from 12 to 14% in Small and Medium Enterprises (SMEs) in the city of Guayaquil, according to (Borga, 2011) among the modern contributions appears the VAT that is an indirect tax that applies a percentage on the value added or added that is generated in each phase of commercialization; The person responsible for collecting and declaring VAT is the agent of collection, but the one who really pays is the consumer.

The VAT increase would influence the general level of prices in a country's economy, affecting the fulfillment of commercial goals, the consumption of products would fall, due to the perception of consumers they would no longer acquire products in the same magnitude because the price has increased or would affect smuggling, both cases do not contribute to the economy of a nation.

In the commercial sector SMEs in several cases assume the increase of 2%, these factors affect the income and profit of commercial SMEs, another point to analyze and compare are the tax collections of the years 2015, 2016 and 2017 of the Revenue Service Interns and interviews generated for trained personnel of the Superintendence of Companies and general manager of a commercial SME.

The temporary increase of two percentage points in the Value Added Tax (VAT) established by the Law of Responsibility and Stewardship with those affected by the earthquake of April 16, 2016, was in force from June 2016 until the month of May 2017, its increase was based on the need of the State to have additional funds to the budget for the reconstruction of affected areas.

In the thesis the proposal is made to the Internal Revenue Service to adapt new strategies to maintain the VAT at 12% even if it must finance any catastrophe that might arise in our nation with the objective of not affecting the commercial SMEs in their income or profits since they are very important piece in the economy of the country.

Keywords: Value Added Tax, Commercial SMEs, Economic effect

Introducción

El análisis de esta tesis se realiza a partir del incremento del IVA al 14% que sucedió en junio del 2016 hasta mayo del 2017 y el impacto económico que tuvo en las pequeñas y medianas empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil, en sus ingresos, utilidades y en poder mantener en operatividad a las mismas, para lo cual se han tomado los datos que éstas han registrado en la Superintendencia de Compañías en los años 2015, 2016 y 2017.

En el marco referencial, se encuentra el marco teórico donde se ha recopilado información secundaria de la ley de oferta y demanda, clasificación de la actividad económica en el sector comercial. Como marco conceptual, se toma en consideración al IVA, PYMES, efecto económico, se realiza la revisión y análisis de las reformas tributarias de la Ley de Solidaridad. En el marco contextual se presenta una revisión bibliográfica del estado del arte sobre los temas más importantes que abordan el contenido de esta tesis.

La metodología que se utiliza para realizar el estudio primario es la cuantitativa; toda vez que se obtiene la información de dos instituciones públicas encargadas de controlar, supervisar de manera permanente la actividad de las compañías y las recaudaciones. También se realiza un estudio secundario a través de revisión bibliográfica.

Como último capítulo, se presenta la propuesta, donde se plantean estrategias para el Servicio de Rentas Internas, como mecanismo para mantener o impulsar el crecimiento de las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil, las conclusiones donde se dan respuestas a las preguntas iniciales, si se logró el objetivo y si la hipótesis es o no válida. Por último, se plantean las recomendaciones donde se muestran tópicos para posibles nuevas investigaciones derivadas de esta tesis.

Delimitación del problema

Se realiza un análisis de 3944 PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil, registradas en las entidades públicas: Superintendencia de Compañías y Servicios de Rentas Internas, de donde se tomaron los datos primarios.

El efecto económico que implica: Ingresos, utilidades, compañías activas y empleados registrados, para este estudio se tomaron datos de los años 2015, 2016 y 2017.

Según los datos de la Superintendencia de Compañías en el 2015 se encontraban registradas 27,824 compañías, en el año 2016 existían 27,234 compañías y en el año 2017 existían 20,210 compañías, entre micro, PYMES y grandes.

La Superintendencia de Compañías, da un plazo para que las compañías envíen la información correspondiente al año anterior, hasta el 30 de abril de cada año, en este caso podría ser que algunas compañías no hayan enviado la información hasta el momento de la recopilación de los datos. La investigación se realizó entre los meses de octubre del 2017 hasta mayo del 2018.

Formulación del problema

¿Qué efecto económico tuvo el incremento de la tasa del impuesto al valor agregado del 12 al 14% en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) comerciales de la ciudad de Guayaquil?

Justificación práctica

La presente tesis aporta estrategias al SRI para el desarrollo de las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil, también se toma en cuenta la existencia de alguna catástrofe natural, estableciendo resultados probables referente al efecto económico esperado por el incremento de la tasa del IVA del 12 al 14 %.

Para tener una mejor perspectiva de la justificación del tema, se han tomado los años 2015, 2016 y 2017 relacionando la información obtenida de fuentes primarias, y tomando esta investigación como un prototipo para otras circunstancias donde se deban tomar decisiones sobre la afectación del desarrollo de las PYMES y recaudaciones fiscales.

Objeto de estudio

Pequeñas y medianas Empresas (PYMES) del sector comercial de la ciudad de Guayaquil, registradas en la Superintendencia de Compañías, tomando los datos del número de las PYMES registradas, ingresos y utilidades de los años 2015, 2016 y 2017.

Campo de acción o de investigación

Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el efecto económico que causó el incremento del IVA en las pequeñas y medianas empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil tomando datos de las recaudaciones fiscales entre los años 2015, 2016 y 2017.

Objetivo general

Analizar el efecto económico en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil, registradas en la Superintendencia de Compañías y Servicios de Rentas Internas entre los años 2015, 2016 y 2017.

Objetivos específicos

- Fundamentar teórica y metodológicamente la investigación propuesta, a través de repositorios, libros y leyes que sirvan de guía para la correcta ejecución del presente trabajo.
- Relacionar los datos de recaudación fiscal del IVA y del estado de pérdidas y ganancias de las PYMES, del sector comercial de la ciudad de Guayaquil que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías.
- Generar estrategias para el SRI que beneficien a las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil basadas en el resultado obtenido del análisis de datos.

La novedad científica:

La utilidad será disponer del conocimiento del impacto del incremento del IVA en las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil, identificando los efectos en algunos datos de los estados de pérdidas y ganancias obtenidos de la Superintendencia de Compañías.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

Para disponer de una visión sobre los avances investigativos del tema, se procedió a realizar un levantamiento en las principales leyes e informes, repositorios universitarios, que sirvan de guía para la correcta ejecución de la investigación, los estudios dieron lugar a los siguientes antecedentes:

1.1 Teorías generales

1.1.1 Impuesto al valor agregado

López Martínez (2010) indica que en Ecuador el IVA fue instituido en 1970 con el nombre de Impuesto a las Transacciones Mercantiles ITM, el mismo que estuvo vigente hasta diciembre 1989, debido a la reforma tributaria expedida en el gobierno del Dr. Rodrigo Borja, donde se desarrolló el impuesto al valor agregado el porcentaje de este impuesto ha variado con el tiempo, es así como en 1989 se elevó al 10%, y desde esa trayectoria en 1996 los datos estadísticos indican que Ecuador ha tenido 5 reformas, esta trayectoria ha tenido la siguiente evolución del impuesto al valor agregado:

Tabla 1.

Evolución del IVA

ECUADOR		
1996	Inicio del sistema tributario	10%
1999	Ley especial para el manejo de la actividad petrolera	12%
2001	Crisis económicas	14%
2007-2016	Nueva constitución política del Presidente Rafael Correa	12%
2016	Medidas de Emergencia	14%

Nota: Tomada de la página del SRI, <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor-agregado-iva>

Según Castro (2015) el impuesto al valor agregado es uno de los tributos que se ha mantenido con tendencia al incremento en recaudaciones, teniendo en cuenta que este impuesto se grava al consumo de bienes o servicios, es uno de los impuestos indirectos que mayor importancia tiene sobre las recaudaciones tributarias en Ecuador, puesto que se grava a la transferencia de bienes y servicios. En este impuesto se encuentran involucradas todas las personas que consumen bienes y servicios.

En el artículo 52 de la LORTI se muestra el Objeto del Impuesto. - Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley (Ley orgánica régimen tributario Interno, LORTI, 2015).

El IVA es un impuesto indirecto y proporcional que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles en todas sus etapas de comercialización y el valor de los servicios prestados (SRI, 2017).

Impuesto Indirecto: El impuesto Indirecto es aquel que recae en el consumo de bienes y servicios, es indirecto porque el consumidor no lo paga directamente al a la agencia Tributaria, sino las empresas a lo largo de la cadena productiva lo van recaudando y pagando.

Según Abad (2015) la principal característica de los impuestos indirectos es que son trasladables hasta el consumidor final. Sin duda, el más importante es el impuesto al valor agregado, mismo que constituye una parte importante de los ingresos tributarios de muchos de los estados; en esa tendencia se encuentra el Impuesto a los Consumos Especiales, el Impuesto a la Salida de Divisas, entre otros, mismos que:

- Son poco perceptibles.
- Se confunden con el precio de venta.
- Gravan a todo el sector poblacional, aún extranjeros.
- Son voluntarios en el sentido de que basta con no adquirir el bien para no pagar el impuesto (excepto en aquellos bienes considerados de primera necesidad).
- El causante paga el impuesto en el momento en el que es más cómodo para él (excepto en aquellos bienes considerados de primera necesidad).
- Su recaudación y control no resultan costosos.

Los gobiernos a través de sus administraciones tributarias son afines al ejercicio de los impuestos indirectos como el IVA, puesto que este tipo de impuestos le resultan más fáciles de recaudar, menos costosos, la base imponible es ancha, no es relevante la informalidad de los contribuyentes. Consecuentemente, el Estado, cuando requiere incrementar su nivel de ingresos fiscales, se encuentra constantemente tentado a hacer uso de este tipo de impuestos. (SRI, 2017)

Cabezas Jarrín (2010) indica que los impuestos proporcionales son aquellos que se establecen en una tasa fija se cobran a todos por igual; es decir sin importar la capacidad económica de una persona. Todas las personas que presten servicios o realicen transferencias o importaciones de bienes, deben pagar el impuesto al valor agregado. Quien haya pagado IVA, podrá utilizarlo como crédito tributario en los casos contemplados en la ley (LORTI, 2015).

1.1.2 Elementos del IVA.

La aplicación se cumple en base a elementos que deben ser claramente diferenciados, entre estos se encuentran los siguientes:

Hecho generador, Art. 61. - El hecho generador del IVA se verificará en los siguientes momentos:

1. En las transferencias locales de dominio de bienes, sean éstas al contado o a crédito, en el momento de la entrega del bien, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, lo que suceda primero, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.
2. En las prestaciones de servicios, en el momento en que se preste efectivamente el servicio, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, a elección del contribuyente, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.
3. En el caso de prestaciones de servicios por avance de obra o etapas, el hecho generador del impuesto se verificará con la entrega de cada certificado de avance de obra o etapa, Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa Jurídica hecho por el cual se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.
4. En el caso de uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes que sean objeto de su producción o venta, en la fecha en que se produzca el retiro de dichos bienes.
5. En el caso de introducción de mercaderías al territorio nacional, el impuesto se causa en el momento de su despacho por la aduana.
6. En el caso de transferencia de bienes o prestación de servicios que adopten la forma de tracto sucesivo, el impuesto al valor agregado -IVA- se causará al cumplirse las

condiciones para cada período, momento en el cual debe emitirse el correspondiente comprobante de venta.

Sujeto activo, Art. 62. - El sujeto activo del impuesto al valor agregado es el Estado. Lo administrará el Servicio de Rentas Internas (SRI). El producto de las recaudaciones por el impuesto al valor agregado se depositará en la cuenta del Servicio de Rentas Internas que, para el efecto, se abrirá en el Banco Central del Ecuador. Luego de efectuados los respectivos registros contables, los valores se transferirán en el plazo máximo de 24 horas a la Cuenta Corriente Única del Tesoro Nacional para su distribución a los partícipes.

Sujetos pasivos, Art. 63. - Son sujetos pasivos del IVA: En calidad de contribuyentes.

1.1.3 Declaración y pagos del IVA.

Declaración del impuesto, Art. 67 LORTI. - Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento. Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención de IVA.

Pago del impuesto, Art. 69 LORTI. - La diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración. Si la declaración arroja saldo a favor del sujeto pasivo, dicho saldo será considerado crédito tributario, que se hará efectivo en la declaración del mes siguiente. Los valores así obtenidos se afectarán con las retenciones

practicadas al sujeto pasivo y el crédito tributario del mes anterior si los hubiere. Cuando por cualquier circunstancia evidente se presuma que el crédito tributario resultante no podrá ser compensado con el IVA causado dentro de los seis meses inmediatos siguientes, el sujeto pasivo podrá solicitar al Director Regional o Provincial del Servicio de Rentas Internas la devolución o la compensación del crédito tributario originado por retenciones que le hayan sido practicadas. La devolución o compensación de los saldos del IVA a favor del contribuyente no constituyen pagos indebidos y, consiguientemente, no causarán intereses

El pago del Impuesto al Valor agregado se hará con el noveno dígito del RUC, tomando en cuenta como fecha máxima de declaración si es mensual el siguiente mes, si es semestral el primer semestre hasta julio y si es el segundo semestre hasta enero del siguiente año, para mayor entendimiento, el cuadro explicativo:

Tabla 2.

Calendario Tributario

Noveno Dígito	Fecha máxima de declaración (si es mensual)	Fecha máxima de declaración (si es semestral)	
		Primer semestre	Segundo Semestre
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero

Nota: Tomada de la página del SRI, <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor>

1.2 Teorías sustantivas

Se detallan las Teorías que se relacionan con el Análisis del Impuesto al Valor Agregado, y su incidencia en las PYMES comerciales registradas en la Superintendencia de Compañías de la ciudad de la Guayaquil entre los años 2015, 2016 y 2017.

1.2.1 Capacidad contributiva:

Según Villegas (2000) el principio de capacidad contributiva, también llamada capacidad de pago puede ser entendido como la capacidad económica de los miembros de la comunidad para contribuir a la cobertura de los gastos públicos.

1.2.2 Incidencia tributaria:

Según Olivia (2014), la teoría de la incidencia tributaria tiene como objetivo representar el efecto sobre el equilibrio económico de un cambio en los impuestos. La variación de los precios es la variable objetivo de la teoría; de manera ideal la teoría también debe comparar la utilidad de todos los agentes antes y después del cambio en los impuestos.

Un objetivo clave del análisis de la tributación es identificar el o los grupos sobre los que recae el pago de cada impuesto. Del mismo modo es importante observar y cuantificar al grupo de beneficiarios y al grupo de perjudicados de una modificación o reforma tributaria.

La incidencia tributaria definida en términos generales comprende el estudio de los efectos de la política tributaria sobre la distribución del bienestar económico. La colocación de impuesto afecta el precio de los bienes y/o la retribución a los factores de producción.

La elasticidad de la oferta y demanda para factores específicos juega un rol relevante en el análisis de la incidencia de tributación uniforme de bienes y factores.

1.2.3 Elasticidad:

Según Parkin y Esquivel (2006) señalan que la elasticidad es uno de los conceptos de mayor importancia utilizados en la teoría económica. Es empleada en el estudio de la demanda y los diferentes tipos de bienes que existen en la teoría del consumidor, la incidencia de la fiscalidad indirecta, los conceptos marginales en la teoría de la empresa, y de la distribución de la riqueza. La elasticidad es también de importancia en el análisis de la distribución del bienestar, en particular, el excedente del consumidor y el excedente del productor.

1.2.3.1 Elasticidad del precio de la demanda

Según Díaz (2014) la elasticidad demanda-precio o simplemente elasticidad de la demanda, mide la variación relativa o porcentual que experimenta la cantidad demandada como consecuencia de una variación en el precio de un uno por ciento, en otras palabras, mide la intensidad con la que responden los compradores a una variación en el precio.

A elasticidad se la puede entender como la variación porcentual de una variable X (variable independiente) en relación con la variable Y (variable dependiente). Si la variación porcentual de la variable dependiente Y es mayor que la variable independiente X, se dice que la relación es inelástica. Por el contrario, si la variación porcentual de la variable X es mayor que Y, la relación es elástica.

1.2.4 Excedente del consumidor:

Según Krugman, Olney y Wells (2008) el excedente del consumidor es la representación de lo que se está dispuesto a pagar por parte de los consumidores versus el valor que realmente pagan en un mercado. Para su definición como excedente forman parte las leyes de la Oferta y la Demanda, es por esto por lo que, dada una función de Demanda, se entiende que por parte de los compradores existe un valor máximo que pueden pagar por un bien o servicio, si el precio es cero, el excedente del consumidor sería todo lo que está por debajo de la línea de la demanda hasta su corte con la abscisa.

1.2.5 Efecto Slutsky:

Generalmente si el precio de algo baja, se tiende a comprarlo más. Esto es debido a dos efectos:

- Efecto renta: Como es más barato, se tiene mayor poder de compra al ser una pérdida menor a las finanzas del consumidor.
- Efecto sustitución: Como ofrece mayor utilidad por unidad monetaria, las otras alternativas se vuelven menos atractivas.

Lo que *Eugene Slutsky* consiguió fue una ecuación que descompusiera este efecto basado en las curvas de *demanda hicksiana* y *marshaliana*.

Sección primera, Art. 284 (LORTI, 2015).- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Según Cabezas Jarrin (2010) siendo el IVA el impuesto de mayor peso en la recaudación tributaria, el estado a través del Servicio de Rentas Internas busca ampliar la capacidad de los contribuyentes y financiar las arcas fiscales, pero las nuevas políticas afectan tanto al consumidor como al aparato productivo en sus diferentes etapas como son las PYMES, lo que ocasiona reacción en el mercado, por ejemplo:

Efecto en el Consumo:

La subida del IVA afectó al consumo ya que va a reducir la capacidad de compra de los ciudadanos; en un contexto de reducción de rentas salariales

Efecto sobre la producción y el empleo:

Si se reduce el consumo también disminuye la producción de las empresas que generan esos bienes y servicios y esa menor producción de bienes y servicios significa menor fuente de trabajo. Por el contrario, estimular el consumo, sería determinante para aumentar el crecimiento de la producción, el empleo y la masa salarial.

Efecto en la recaudación:

Además, y como consecuencia de la caída de la actividad económica no parece que esta subida de impuesto fue a suponer una mayor recaudación para las administraciones públicas, al menos a corto plazo.

En circunstancias como las actuales, de incertidumbre y de deterioro económico, en general, hay que evitar subir los impuestos y, en cambio, se debe hacer mayor hincapié en reducir el gasto público (Weblog, Economy, 2012).

Según Jiménez (2016) la exigibilidad del IVA en base al criterio del devengo representa efectos devastadores particularmente para las PYMES en situaciones de crisis económica, toda vez que, en no pocas ocasiones, se ven obligadas al ingreso de unas cuotas devengadas aún no cobradas.

El estado debe tener en cuenta que el aumento de impuestos debe tener relación con el PIB de un país, ya que la desproporción cuando el primero es superior produce desaceleración del crecimiento empresarial. Los impuestos no sólo se dirigen a los

consumidores sino también a las empresas. En países de América Latina las PYMES son las empresas que representan un mayor porcentaje, siendo el 99 % de las empresas ubicadas en esta categoría y en Ecuador el 97 % de las empresas que generan ingresos (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

El impuesto al valor agregado consiste en «aplicar al comercio de bienes y servicios un impuesto general sobre el consumo exactamente proporcional al precio de los bienes y de los servicios, sea cual fuere el número de operaciones que se produzcan en el circuito de producción precedente a la fase de gravamen. Por su parte, señala que el IVA es un tributo «...que recae sobre el consumo...» (CURIA, 2001)

Según Vásquez del Rey (2012), el IVA es gravar el consumo, es necesario encontrar una justificación material a las obligaciones impuestas a los proveedores desde el punto de vista del principio de capacidad contributiva. En otras palabras, a pesar de que el empresario no soporta la carga tributaria a título definitivo, lo cierto es que está obligado a anticipar el impuesto y a cumplir una serie de obligaciones, con frecuencia bastante gravosas. En la medida en que dichas obligaciones comportan una carga económica y, por tanto, un empobrecimiento del operador económico, su justificación sólo se encuentra en el presupuesto del que surgen dichas obligaciones, por tanto, la realización de actos de intercambio de bienes y servicios en el ámbito de una actividad empresarial.

El principal problema que puede plantearse es que el adquirente se retrase en el pago o, sencillamente, que no pague. Cuando esto ocurre el operador económico sólo puede adelantar los importes correspondientes o bien solicitar un aplazamiento del pago, con el devengo de los consiguientes intereses de demora. Únicamente, una vez transcurrido el plazo de un año y siempre que se cumplan una serie de requisitos, podrá proceder a una modificación de la base imponible y a la rectificación de la repercusión (artículos 80 y 89

LIVA). Mientras tanto, ha de soportar las consecuencias económicas del IVA, lo que tensa la justificación del gravamen desde el punto de vista del principio de capacidad económica (Silvani, 1993).

1.2.7 Definición de PYMES.

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo con su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado y realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor
- Agricultura, selvicultura y pesca
- Industria manufacturera
- Construcción
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las Empresas
- Servicios comunales, sociales y personales (SRI, 2017)

La Superintendencia de Compañías Valores y Seguros Califica como PYMES, a las personas jurídicas que cumplan con las siguientes descripciones:

- Montos de activos inferiores cuatro millones de dólares
- Valor Bruto de Ventas hasta cinco millones de dólares
- Que tengan menos de 200 trabajadores personal ocupado (Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017)

En la Superintendencia de Compañías resolución 08.G.DSC.010 de 2008.11.20 se estableció el cronograma de aplicación de NIIF en tres grupos:

Grupo número 1, se aplicará a partir del 1 de enero del 2010, las compañías y los entes sujetos y regulados por la ley de mercado de valores, así como todas las compañías que ejercen actividades de auditoría externa.

Grupo número 2, Aplicarán a partir del 1 de enero del 2011: Las compañías que tengan activos totales iguales o superiores a US\$ 4'000.000,00 al 31 de diciembre del 2007; las compañías Holding o tenedoras de acciones, que voluntariamente hubieren conformado grupos empresariales; las compañías de economía mixta y las que bajo la forma jurídica de sociedades constituya el Estado y Entidades del Sector Público; las sucursales de compañías extranjeras u otras empresas extranjeras estatales, paraestatales, privadas o mixtas, organizadas como personas jurídicas y las asociaciones que éstas formen y que ejerzan sus actividades en el Ecuador.

Grupo número 3, Indica que las Pequeñas y medianas empresas, los ajustes de contabilización al 1 de enero del 2012 que es el fin del periodo de transición para aquellas empresas. Ya en el 2012 ninguna empresa podrá aplicar NEC.

De acuerdo con la sección I, las PYMES son entidades que: no tienen obligación pública de rendir cuenta, y publican los Estados Financieros con propósito de información general para usuarios externos. Son ejemplo de usuarios externos: Los propietarios que no están implicados en la gestión del negocio y los acreedores actuales o potenciales y las agencias de calificación crediticia. Sin embargo, para Ecuador debemos seguir esta disposición de la superintendencia de compañías para aplicación para PYMES (Normas NIIF para PYMES, 2015).

Según Palacios y García (2008) las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tienen mayor facilidad para ser creadas y se caracterizan por ser dinámicas y rápidas en su crecimiento, lo que las hace atractivas desde muchos puntos de vista: destino de inversiones, generadoras de empleo, etc. Estas peculiaridades también generan una alta competencia entre ellas (e incluso frente a grandes empresas).

En conclusión, el número total de empresas PYMES que se crean cada año es elevado dada la facilidad que tienen en la creación, pero el volumen de las mismas que desaparece también es alto, con lo que el sector PYME español es un entorno en el que las empresas están continuamente reciclándose.

Según Jiménez (2016) las PYMES son, sin ningún género de duda, la verdadera columna vertebral de la economía. Esta relevancia se manifiesta tanto a nivel cualitativo como cuantitativo.

Según Castro (2015) las “PYMES” en el Ecuador generan actividad sobre la producción de bienes y servicios, siendo esta la plataforma del progreso nacional, promoviendo, emplazando y adquiriendo productos o incrementando valor agregado, por lo que se instituyen en un representante esencial en la incubación de riqueza y empleo.

Ferrero y Stumpo (2010) indican que las políticas de apoyo a las PYMES en el Ecuador han sido de escala limitada. Prácticamente no se han instrumentado políticas de alcance nacional, que fuesen eficaces y de gran impacto, y que son necesarias para promover el desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Pocos instrumentos de políticas se han mantenido de un período a otro, y de un gobierno al otro.

El programa de clúster se mantuvo entre los años 2003 y 2007. Este programa basado en estrategias asociativas fue ejecutado bajo la modalidad de dos proyectos piloto, sin llegar a repercutir como una política de alcance nacional. Las demás políticas se han implementado en forma aislada y por cortos períodos. Esta situación refleja cómo el desmontaje del sistema de apoyo productivo a la pequeña empresa.

1.2.7 FODA de las PYMES

Fortalezas:

- Diferenciación en los productos ofertados por las empresas, por lo cual existe un manejo de fidelidad de los clientes.
- Por el tamaño que tienen estas empresas, existe una mayor dinámica de adaptación ante eventualidades externas al negocio. Rapidez en la toma de decisiones.
- Una empresa surge a partir de un emprendedor. Ecuador tiene una de las tasas de emprendimiento más altas de la región (26,61%).
- Las PYMES en Ecuador tienen en promedio 35 trabajadores permanentes y 2 ocasionales. Lo que permite mantener el know how del negocio.

Oportunidades:

- El programa “Exportar fácil” permite comercializar hasta USD 5 000 FOB, uno o varios paquetes de hasta 30 kilos. Mecanismo para impulsar a las Pymes.
- “PRODUCEPYME” busca el fortalecimiento de la productividad y competitividad de las unidades productivas relacionadas al desarrollo.
- La estabilidad económica que se vive en el país producto de la dolarización.
- El 63% de las PYMES considera positiva la disponibilidad de información para exportar.
- Las PYMES que consideran positivo el soporte del gobierno central y local son el 50% y 51,68%, respectivamente.

Debilidades:

- Existe concentración en la rama de actividad de las PYMES. Comercio tiene una representación del 33,60% sobre el total de empresas.
- Del total de las PYMES solo el 8% de ellas exporta sus productos.
- Un alto porcentaje (30,4%) de Pymes afirma que sus proveedores de materia prima se encuentran en el extranjero.
- Existe una falta de fomento en la cantidad de créditos otorgados ya que el 79,41% de las empresas analizadas creen que el crédito permanece igual.
- Los canales de comunicación para publicitar su negocio son defectuosos, de tal manera que no existe un contacto cercano para sus consumidores.

- Las PYMES no pueden ofrecer, en la mayoría de los casos, sueldos competitivos por lo que deben acceder a personal poco capacitado.

Amenazas:

- Para insertar sus productos en el mercado internacional existen cada vez más altos estándares de calidad; mismos que se encuentran ajenos a la realidad de las PYMES ecuatorianas.

- Baja articulación entre el aparato productivo privado y el sistema educativo formal.

- Existe baja capacitación técnica y poco manejo de información para las operaciones del negocio como jurídica y comercial.

- La inseguridad en los centros poblacionales puede desestimular la inversión. El 33,54% de las PYMES considera como perjudicial a la inseguridad ciudadana.

- La inestabilidad política en cuanto a relaciones internacionales se refiere, no permite un fluido tránsito para la inversión.

En esta investigación tomamos información muy relevante para el análisis del incremento del 12 al 14 % del impuesto al valor agregado, del Servicio de Rentas Internas, información de recaudaciones fiscales y en la Superintendencia de Compañías información de las compañías en ingresos, utilidades, esta información nos ayuda a complementar nuestra investigación.

1.2.8 Servicio de Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas o SRI es un organismo técnico y autónomo del Estado ecuatoriano nacido en el año 1997 con el objetivo principal de luchar contra la evasión y las malas prácticas tributarias causada por la ausencia de cultura tributaria en el país de aquel entonces y que en determinados grupos sociales aún perdura hasta la actualidad, Servicio de Rentas Internas (2017)

Las funciones del SRI (2017) según la Ley no 41 art. 2 son:

1. Ejecutar la política tributaria aprobada por el presidente de la República;
2. Efectuar la determinación, recaudación y control de los tributos internos del Estado y de aquellos cuya administración no esté expresamente asignada por ley a otra autoridad;
3. Preparar estudios respecto de reformas a la legislación tributaria;
4. Conocer y resolver las peticiones, reclamos, recursos y absolver las consultas que se propongan, de conformidad con la ley;
5. Emitir y anular títulos de crédito, notas de crédito y órdenes de cobro;
6. Imponer sanciones de conformidad con la ley;
7. Establecer y mantener el sistema estadístico tributario nacional;
8. Efectuar la cesión a título oneroso, de la cartera de títulos de crédito en forma total o parcial, previa autorización del Directorio y con sujeción a la ley;
9. Solicitar a los contribuyentes o a quien los represente cualquier tipo de documentación o información vinculada con la determinación de sus obligaciones tributarias o de terceros, así como para la verificación de actos de determinación tributaria, conforme con la ley; y,
10. Las demás que le asignen las leyes.

1.2.9 Superintendencia de Compañías

Según, Martínez (2011) la Superintendencia de Compañías es un órgano de Control y vigilancia que tiene afinidad con el Registro de la propiedad y con el Registro Mercantil en donde se lleva el registro de sociedades en base a las copias que los funcionarios respectivos del Registro Mercantil deben remitirles. La superintendencia de Compañías es el organismo técnico y autónomo que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.

Funciones

El marco jurídico que regula las actividades de la Superintendencia en el ámbito de seguros se encuentra:

En la Constitución Política, artículo 213, el que dispone que las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general; actúan de oficio o por requerimiento ciudadano, y sus facultades específicas y áreas de control, auditoría y vigilancia, se determinan en la ley Constitución del Ecuador (2010).

En el Código Orgánico Monetario y Financiero, cuyo artículo 78 atribuye a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la facultad de ejercer la vigilancia, auditoría, intervención, control y supervisión del régimen de seguros en el Ecuador (De la superintendencia de Compañía de valores y seguro, 2014)

En el Libro II de la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y de la Junta Bancaria y reformas introducidas por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera

Dentro de este marco normativo, las principales funciones de la Superintendencia son:

Supervisar en forma regular y permanente las actividades de las entidades controladas (aseguradoras, reaseguradoras, peritos, asesores productores de seguros, e intermediarios de reaseguros), mediante auditorías in situ y extra situ, vigilando que su accionar se ciña a las leyes y normas, con el fin de asegurar su solvencia patrimonial y rectitud de procedimientos, en salvaguarda de los intereses de los usuarios y del sistema.

Atender y resolver reclamos y denuncias que presenten usuarios contra entidades controladas

Sancionar a las entidades controladas infractoras de la ley.

Expedir normativa que es de su competencia, y proponer normativa que corresponde expedir a la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Disponer la adopción de programas de regularización a las empresas controladas que por su situación lo requieran, así como la intervención, disolución y liquidación forzosa.

Conocer y aprobar actos societarios de las entidades controladas, como son la constitución, fusión, reformas estatutarias, cambio de denominación.

1.4 Referentes empíricos

1.3.1 Ranking empresarial de las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:

Basada en información entregada de los ejercicios fiscales entre los años 2015,2016 y 2017, nos muestra por tamaño de Empresa cual es el número de empresas según su clasificación por tamaño:

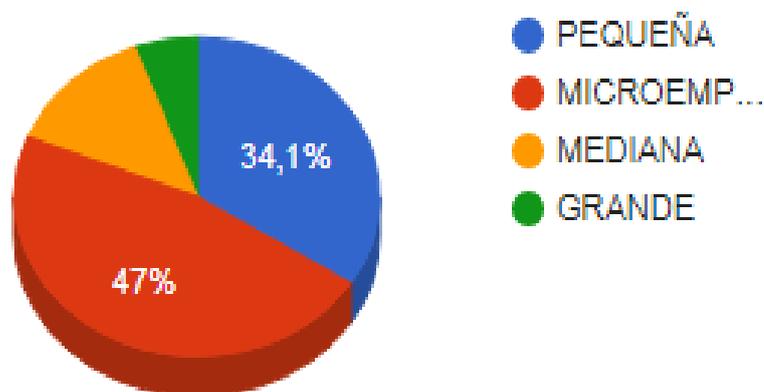


Figura 2 División de Compañías por tamaño - Adaptado desde el portal. supercias.gob.ec, Superintendencia de Compañías (2017)

Tabla 3.

Compañías en porcentaje

EMPRESAS	CANTIDADES	PORCENTAJE
<i>Micro</i>	22,596	47%
<i>Pequeñas</i>	16,410	34,10%
<i>Medianas</i>	6,417	13,3%
<i>Grandes</i>	2,669	55%

Nota: Adaptada desde el portal. supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/Seguros/HistoriaFunciones

Ranking de las Compañías que conservan la posición del ranking general pero que se ordena en base al tamaño de la Compañía, como lo define el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones:

1. Microempresas: Entre 1 a 9 trabajadores o Ingresos menores a \$100.000,00
2. Pequeña empresa: Entre 10 a 49 trabajadores o Ingresos entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00
3. Mediana empresa: Entre 50 a 199 trabajadores o Ingresos entre \$1'000.001,00 y \$5'000.000,00
4. Empresa grande: Más de 200 trabajadores o Ingresos superiores a los \$5'000.001,00

Predominando siempre los ingresos sobre el número de trabajadores.

Tabla 4.

Clasificación Nacional

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	De 1 - 9	De 10 - 49	De 50 - 199	≥ 200
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5.000.000
Monto de activos	Hasta US\$ 100.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999	≥ 4.000.000

Nota: Adaptada por la comunidad andina (CAN), decisión 488, año 2012. Elaborado por: Estadística comunitaria

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante resolución, acogió la clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo con la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente.

De acuerdo con las cifras que se manejan, se destaca el importante peso que tiene el sector comercial, que en su conjunto tiene un peso de 36,3% lo que al total de empresas se refiere y 41,3% en relación con el total de ingresos de las PYMES. Esta es una de las principales actividades en la economía ecuatoriana, especialmente en los últimos años debido al incremento del consumo y a los mejores ingresos de la población, La actividad de las PYMES es de gran relevancia en la economía ecuatoriana, es así como dentro del país existen más de 16 mil de estas organizaciones. (Ekosnegocios, 2013).

Según Ferrero y Stumpo (2010), la estructura productiva mantiene una alta concentración territorial en el Ecuador. Aproximadamente el 80% de las empresas se encuentra concentrado en las provincias de Guayas y Pichincha. Esto hace que los encadenamientos productivos se encuentren localizados en ciertas zonas, altamente

competitivas, mientras que la mayor parte de las áreas del país tienen un escaso desarrollo empresarial.

1.3.2 Empresas del Ecuador, distribuidas por sectores:

1. De acuerdo con el nivel de ventas, el 50% de las empresas, se ubica en el sector de comercio
2. La provincia con mayor número de compañías son Guayas y Pichincha entre otras, con ubicación geográfica según domicilio tributario

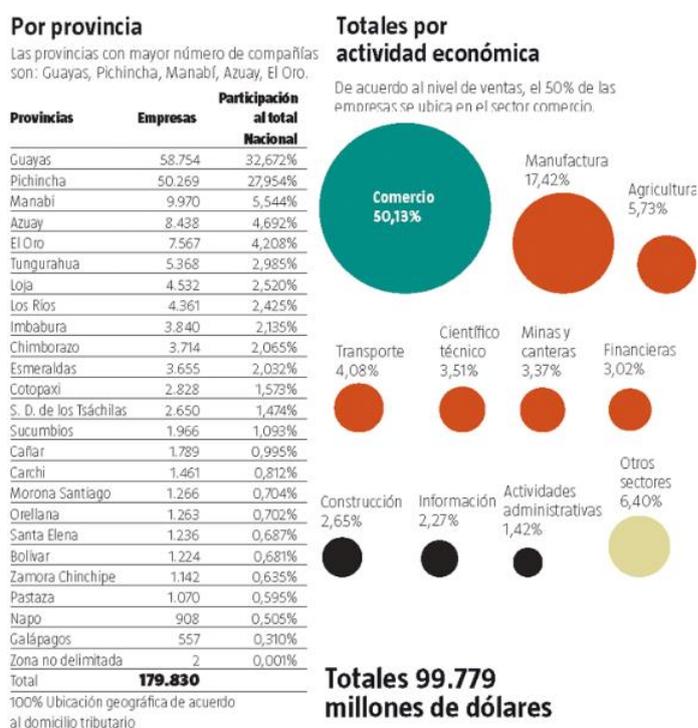


Figura 3 Empresas del Ecuador distribuido por sectores - Tomado de página INEC (Instituto Nacional de estadísticas y Censos), elaborado por diario el Telégrafo.

1.3.3 Clasificación actividad económica en el sector comercial:

En esta parte se utilizaron los códigos CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), catalogando las actividades económicas en una serie de categorías y subcategorías, cada una con un código alfanumérico, a su vez este sirve para reunir y difundir datos estadísticos (INEC, 2016)

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.

En esta sección el comercio al por mayor y menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de artículo, y la realización de servicios secundarios para la venta al por mayor y al por menor son los pasos finales en la distribución de la mercadería. Contiene la reparación de vehículos automotores y motocicletas. En la venta sin transformación se considera incluir las operaciones usuales (o manipulación) asociadas con el comercio, por ejemplo, selección, clasificación y montaje de bienes, mezcla (combinación) de bienes (por ejemplo vino o arena), embotellamiento (con o sin el anterior limpiado de botella), embalaje, descarga y re-embalaje para distribución en pequeños lotes, almacenaje (sea o no congelado o refrigerado) limpieza y secado de productos agrícolas, cortado de tableros de fibra de madera u hojas de metal como actividades secundarias, y según (INEC), se tiene un análisis comparativo, según el tamaño de la empresa

Tabla 5.

Análisis comparativo-tamaño de empresa 2016

Sector económico	Tamaño de empresa	Número de Empresas Nacional	Número de Empleados Nacional	Ventas Totales Nacional
Comercio [G]	Microempresa	278927	171833	\$ 375.636.087
	Pequeña empresa	23398	110098	\$ 7.002.023.811
	Mediana empresa A	3039	37738	\$ 4.085.530.519
	Mediana empresa B	2174	46850	\$ 6.452.612.947
	Grande empresa	1416	176770	\$ 35.598.382.929
Total		308954	543289	\$ 53.514.186.293

Nota: Tomada de la página INEC (Instituto Nacional de estadísticas y Censos), elaborado por INEC

G45. Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Esta división incluye todas las actividades (excepto fabricación y renta) relacionadas a vehículos automotores y motocicletas, incluso grúas y camiones, tales como venta al por mayor y menor de vehículos nuevos y de segunda mano, la reparación y mantenimiento de vehículos y la venta al por mayor y menor de partes y accesorios de vehículos automotores y motocicletas. También incluye actividades de agentes comisionistas involucrados en venta al por mayor o menor de vehículos etc. Esta división no incluye la venta al por menor de combustible y lubricantes para automotores o productos refrigerantes o la renta de vehículos automotores o motocicletas.

Tabla 6.

Clasificación sección G45

COD.	DESCRIPCION	NIVEL
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	
G451	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	3
G452	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	3
G453	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	3
G454	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.	3

Nota: Adaptada de documento emitido por la Superintendencia de Compañías

G.46.Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.

Esta división comprende el comercio al por mayor por cuenta propia o a cambio de una retribución o por contrata (comercio a comisión), y abarca tanto el comercio interior como el comercio internacional (importación/exportación). La venta al por mayor consiste en la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a minoristas, a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales y a otros mayoristas, o la actuación como agente o intermediario en la compra o la venta de mercancías para esas personas o compañías. Los principales tipos de empresas comprendidas son los mayoristas que son propietarios de las mercancías que venden, como los comerciantes mayoristas o los intermediarios, los distribuidores industriales, los exportadores, los importadores y las asociaciones cooperativas de compra, secciones y oficinas de venta. También se incluye a los corredores de mercancías, a los comisionistas y a los agentes y montadores, a los compradores y a las asociaciones cooperativas que comercializan productos agropecuarios.

Tabla 7.

Clasificación sección G.46

COD.	DESCRIPCION	NIVEL
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	
G461	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	3
G462	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.	3
G463	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	3
G464	VENTA AL POR MAYOR DE ENSERES DOMÉSTICOS.	3
G465	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIAS EQUIPOS Y MATERIALES.	3
G466	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MAYOR ESPECIALIZADA.	3
G469	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADOS.	3

Nota: Adaptada de documento emitido por la Superintendencia de Compañías, la información completa de la división por sector comercial se encuentra en los anexos.

G.47 Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.

Esta división contiene la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados al público en general para su consumo como para su uso personal o doméstico, por almacenes, tiendas de departamento, puestos de venta, casas de venta por correo, vendedores ambulantes, cooperativas de consumidores, etc. El comercio al por menor se clasifica primero por tipo de venta (comercio al por menor en almacenes: grupos 471 a 477; comercio al por menor no realizado en almacenes: grupos 478 y 479).

Tabla 8.

Clasificación sección G.47

COD.	DESCRIPCION	NIVEL
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	
G471	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	3
G472	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G473	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G474	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G475	VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G476	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G478	VENTA AL POR MENOR EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	3
G479	VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	3

Nota: Adaptada de documento emitido por la Superintendencia de Compañías, la información completa de la división por sector comercial se encuentra en los anexos

Capítulo 2

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Metodología

La metodología que se va a aplicar en esta propuesta es cuantitativa, pues se analizará la información tomada de la Superintendencia de Compañías de las PYMES e información de recaudación tributaria del impuesto al valor agregado en el Servicio de Rentas Internas entre los años 2015, 2016 y 2017.

La modalidad, estudio primario mediante revisión de información pública, se obtuvieron los datos de todas las PYMES del sector comercial de Guayaquil que se encuentren registradas en la Superintendencia de Compañías, se tomó todo el universo para analizar los datos.

El estudio secundario se realiza mediante modalidad bibliográfica, referentes teóricos provenientes de textos, artículos científicos, tesis concernientes a los impuestos que permitan conocer la historia tributaria del Ecuador.

Tipo de investigación es descriptiva, porque se explicarán los factores que inciden en la problemática planteada.

2.2 Diagrama de Procesos

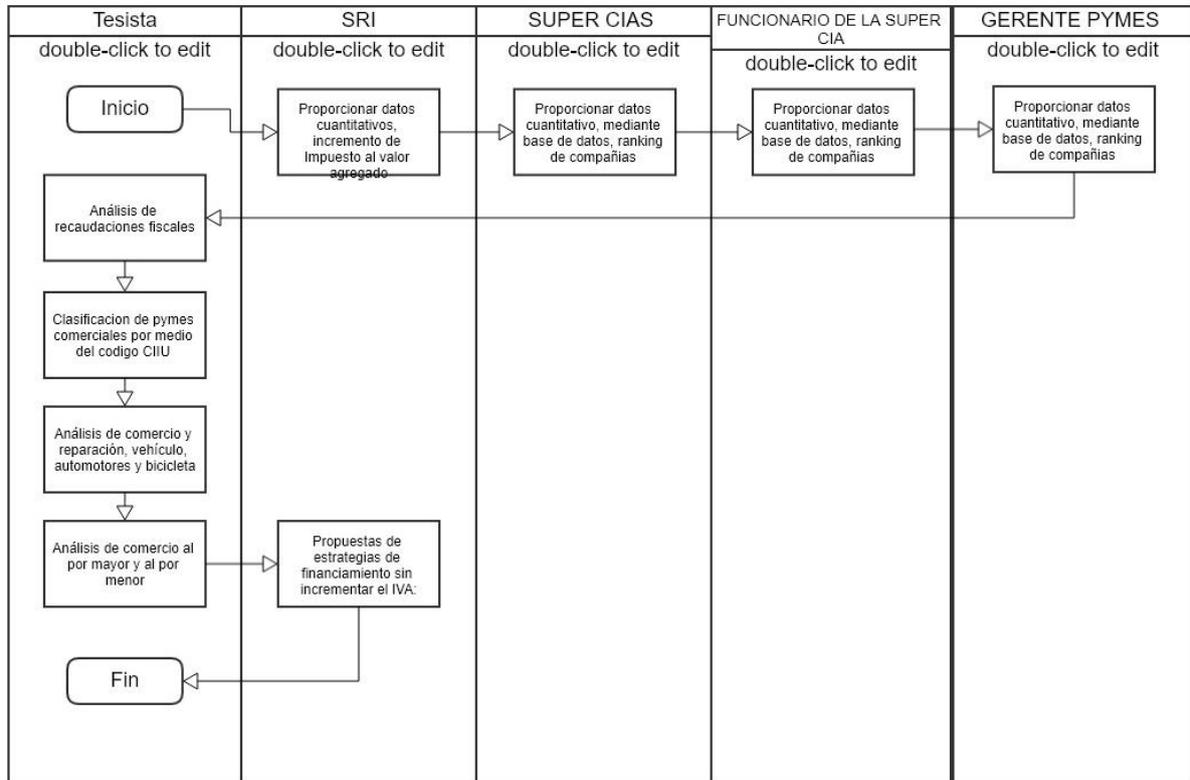


Figura 4 Diagrama de procesos de la metodología de la investigación, elaborado por la autora.

2.3 Métodos

El método a emplear es el sistemático porque la presente tesis, tiene un orden secuencial expuesto a través de capítulos, el histórico y documental por la información que se va a analizar, datos de la Superintendencia de compañías, de las diferentes PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil durante los años 2015, 2016 y 2017, datos del SRI para hacer un análisis de los impuestos, y poder determinar cuál es el impacto que causan en las PYMES, y si es favorable un incremento de IVA para sus recaudaciones.

2.4 Premisas o Hipótesis

El incremento al porcentaje del impuesto al Valor Agregado tuvo un efecto económico negativo en las pequeñas y medianas empresas del sector comercial de la ciudad de Guayaquil durante los años 2015, 2016 y 2017.

2.5 Universo y muestra

El universo se conforma por una totalidad de 3,494 de pequeñas y medianas empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil, registradas en la Superintendencia de Compañías.

La muestra es el mismo número de 3494, se realizó un estudio completo, por lo que la muestra es igual a el Universo.

2.6 CDIU – Operacionalización de variables

Variables

Variable independiente:

- Incremento del Impuesto al Valor agregado

Variable dependiente:

- Efecto económico sobre las Pequeñas y Medianas Empresas de la ciudad de Guayaquil

Tabla 9.

Operacionalización de variables

CATEGORIA	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE ANALISIS
<u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u> Incremento de Impuesto al valor agregado	• Recaudaciones fiscales	• 2015	Ley Orgánica de Solidaridad y corresponsabilidad ciudadana	Servicios de Rentas Internas (Recaudaciones Iva)
		• 2016		
		• 2017		
<u>VARIABLE DEPENDIENTE</u> Efecto económico sobre las PYMES comerciales	• G45, comercio reparación, vehículos, automotores y bicicletas.	• Ingresos	Base de datos, Ranking de Compañías	Superintendencia de Compañías
		• Utilidades		
		• No de Compañías		
	• G46, Comercio al por mayor	• Ingresos		
		• Utilidades		
		• No de Compañías		
	• G47, comercio al por menor	• Ingresos		
		• Utilidades		
		• No de compañías		

Nota: Operacionalización de variables.

2.7 Gestión de datos

La información se obtuvo de las bases de datos de la Superintendencia de Compañías y servicio de Rentas Internas, los mismos que a su vez son cifras ingresadas por los usuarios en este caso de las PYMES. Las entrevistas fueron sometidas a un análisis sistemático, permitiendo su interpretación y resultados confiables.

2.8 Criterios éticos de la investigación

La investigación ha sido realizada de acuerdo con una metodología en la que se ha aplicado criterios éticos, basados en el principio de respeto. Los datos han sido obtenidos de un portal público, sin ningún sesgo, la información no ha sido manipulada.

Capítulo 3

RESULTADOS

3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población

La superintendencia de Compañías, institución pública que se dedica a ejercer vigilancia, auditoría, intervención, control y supervisión de las compañías, cuenta con una serie de departamentos, el de investigación proporcionó datos necesarios para el análisis de este estudio, las pymes y todas las compañías registradas se encuentran obligadas a presentar los balances cada año en su plataforma, estos datos alimentan la base de datos del área de investigación.

El ranking de compañías es la parte donde se analizó la información del número, ingresos y utilidades de PYMES comerciales situadas en la ciudad de Guayaquil entre los años 2015, 2016, 2017, para encontrar variaciones que nos puedan indicar si hubo un efecto económico mediante la teoría de la demanda que indica: “la afectación al consumo por el incremento de los precios”.

La población para este estudio es de 3494 PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil registradas en la Superintendencia de Compañías, para su mejor comprensión se hizo una división y subdivisión del sector comercial y para esto utilizamos los códigos CIU (clasificación industrial internacional uniforme).

3.2 Diagnóstico o estudio de campo

Los datos con los que se ha realizado el estudio de esta tesis son subidos por los usuarios en las páginas:

1) Superintendencia de Compañías, lo que permite analizar datos de: número de empresas, ingresos y utilidades de las PYMES con actividad económica en el sector comercial en los diferentes años 2015, 2016 y 2017.

2) En el SRI, se obtuvo datos de recaudaciones fiscales que permite complementar el análisis.

CLASIFICACIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL SECTOR COMERCIAL(G45):

Tabla 10.

No PYMES registradas por año sección G45

No PYMES, VARIACION POR AÑO		2015	2016	2017
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	No COMPAÑÍAS	No COMPAÑÍAS	No COMPAÑÍAS
G451	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	26	27	14
G452	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	67	61	41
G453	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	235	219	164
G454	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.	20	19	16
TOTAL		348	326	235

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías.

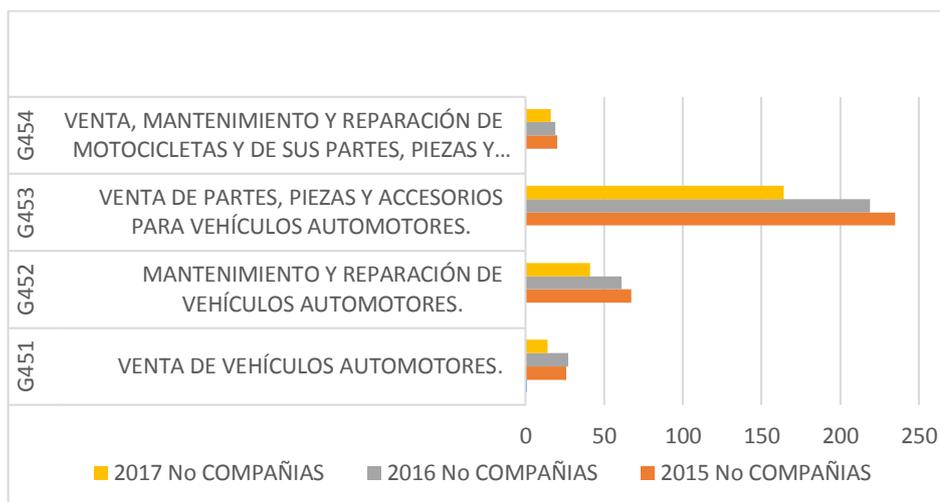


Figura 5 variación número de PYMES registradas por año sección G.45 - (Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017)

Interpretación:

Según los datos que se obtuvo de la Superintendencia de Compañías de las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil, con la clasificación CIU G.45 Actividad económica en el sector comercial, se encuentran variaciones en el número de empresas, en el año 2015 donde no existía el incremento del IVA el número de PYMES registrada era más elevado que en los años siguientes donde se ve afectado con el incremento del IVA.

Relacionando este efecto con la Ley de restricciones a la importación de vehículos (junio 2012), el 5 de enero del 2015 hubo nuevamente recorte en los cupos de importación.

Tabla 11.

Total de ingresos por años sección G45

VARIACION DE INGRESOS POR AÑO		2015	2016	2017
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS
G451	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	21,600,014,64	18,570,036,81	10,190,112,44
G452	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	25,362,313,87	22,142,889,66	18,423,351,12
G453	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	156,811,624,83	129,661,638,61	100,111,774,95
G454	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.	15,316,364,66	11,227,287,61	9,350,148,34
TOTAL		219,090,318,00	181,601,852,69	138,075,386,85

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías.

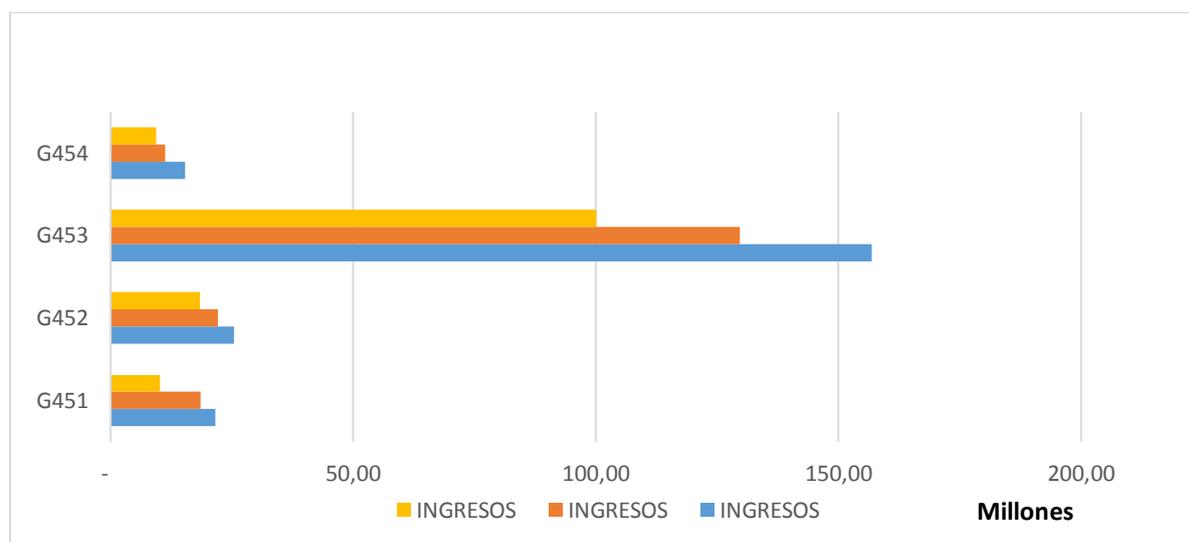


Figura 6 Variación de ingresos por años sección G45 - Fuente (*Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017*)

Interpretación:

Las PYMES del sector comercial se ven afectadas en sus ingresos, se puede observar que los valores han ido decreciendo desde el incremento de la tasa del IVA (año 2016), este sector G.45 comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas, se vio afectado por la ley de la demanda que indica que al momento de incrementar los precios la demanda bajara, cuando el IVA se incrementó, los precios de ciertos artículos se elevaron, momento en el cual los consumidores finales dejaron de comprar, lo que afecta a los ingresos de las PYMES.

Tabla 12.

Utilidades por año sección G45

VARIACION POR AÑO DE UTILIDADES		2015	2016	2017
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	UTILIDADES	UTILIDADES	UTILIDADES
G451	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	521,437,42	242,686,00	- 939,410,71
G452	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	4,543,14	(349,266,95)	434,110,80
G453	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	2,134,715,12	3,229,067,76	3,272,488,34
G454	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.	334,912,99	251,263,57	229,424,48
TOTAL		2,995,608,67	3,373,750,38	2,996,612,91

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías

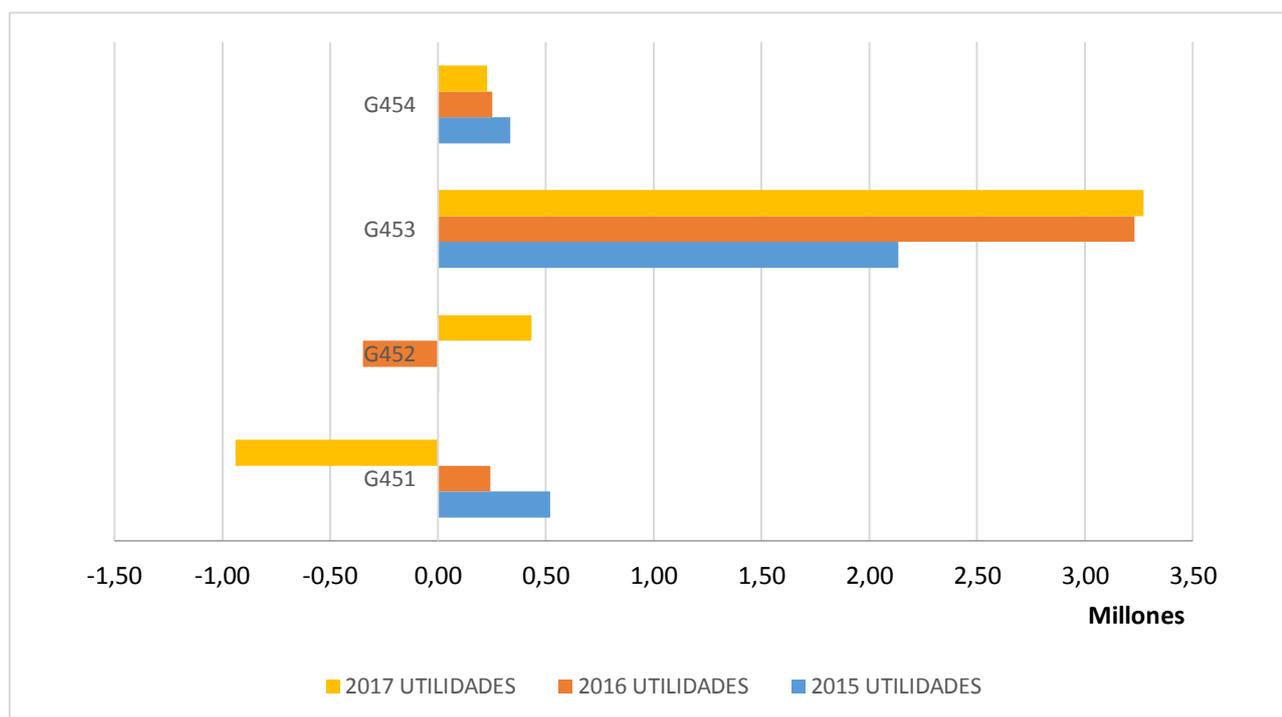


Figura 7 Variación de utilidades por año sección G45 - Fuente (*Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017*)

Interpretación:

Como se puede observar en la figura no solo las utilidades bajaron en los años 2016 y 2017, sino que hubo PYMES que registraron pérdidas importantes en el sector comercial como en el sector G451 (ventas de vehículos y automotores) que registró pérdidas en el 2017.

En el año 2016 la clasificación G452 (mantenimiento y reparación de vehículos automotores) registró pérdida y luego se recuperó en el 2017. Otro sector que en este caso fue beneficiado fue el G453 (ventas de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores), donde se puede observar que cada año sus utilidades tuvieron un incremento, por lo que se puede deducir que el consumidor final optó por comprar los repuestos y trabajar en el mantenimiento.

CLASIFICACIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL SECTOR COMERCIAL(G46):

Tabla 13.

No de PYMES registrada por año sección G46

No PYMES, VARIACION POR AÑO		2015	2016	2017
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	No COMPAÑIAS	No COMPAÑIAS	No COMPAÑIAS
G461	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	35	49	50
G462	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.	23	30	30
G463	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	168	255	270
G464	VENTA AL POR MAYOR DE ENSERES DOMÉSTICOS.	550	753	798
G465	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIAS EQUIPOS Y MATERIALES.	497	696	751
G466	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MAYOR ESPECIALIZADA.	430	568	597
G469	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADOS.	79	113	116
TOTAL		1782	2464	2612

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías

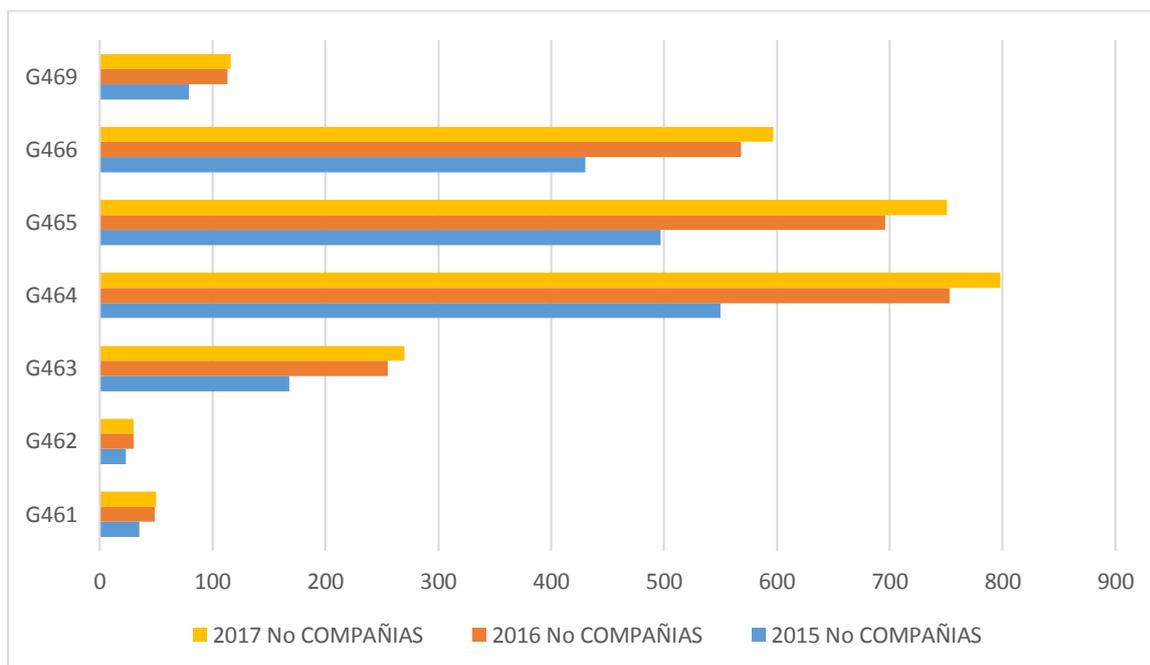


Figura 8 Variación del número Pymes registradas por año, sección G45 - fuente: (Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017)

Interpretación:

En esta parte la clasificación cambia, ahora con G.46 *comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores*, se incrementó en este sector el número de PYMES en la ciudad de Guayaquil, tomando en cuenta que la mayoría de estos ítems, son productos de primera necesidad en algunos casos con tarifa 0% y en otros casos este sector fue beneficiado por el terremoto. G465 *venta al por mayor de maquinarias equipos y materiales*, al momento de necesitar para la reconstrucción de zonas destruidas.

Tabla 14.

Total de ingreso por año sección G46

VARIACIÓN DE INGRESOS POR AÑOS		2015	2016	2017
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS
G461	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	\$28,533,352,65	\$29,020,589,88	\$21,132,464,93
G462	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.	\$17,714,148,93	\$16,822,216,16	\$13,856,054,36
G463	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	\$195,260,593,58	\$181,465,354,30	\$128,517,035,27
G464	VENTA AL POR MAYOR DE ENSERES DOMÉSTICOS.	\$522,323,096,65	\$452,954,454,09	\$354,490,801,67
G465	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIAS EQUIPOS Y MATERIALES.	\$416,747,374,41	\$360,863,699,12	\$262,857,991,89
G466	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MAYOR ESPECIALIZADA.	\$444,734,416,88	\$430,935,797,60	\$322,333,755,07
G469	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADOS.	\$87,085,680,73	\$74,747,409,83	\$54,775,953,80
TOTAL		\$1,712,398,663,83	\$1,546,809,520,98	\$1,157,964,056,99

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías

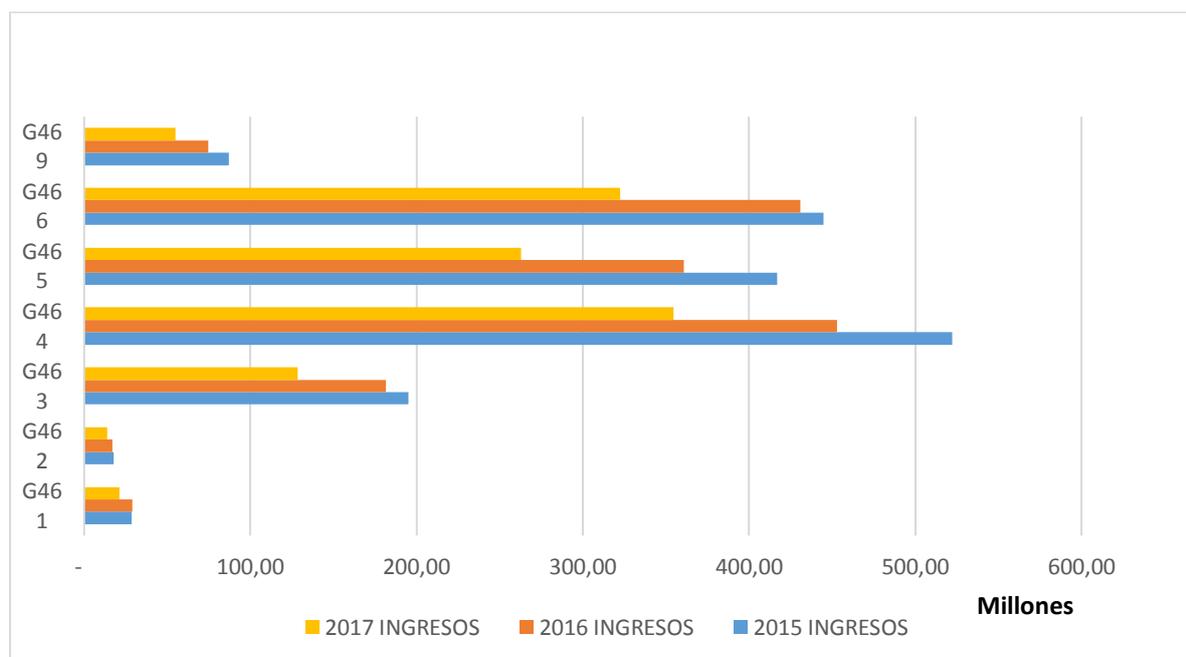


Figura 9 Variación total de ingresos por año sección G46 - fuente (Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017)

Interpretación:

En la subdivisión de las PYMES en actividad económica del sector comercial se encuentra que los ingresos fueron mayores en el 2015, en 2016 con la subida del IVA muchas PYMES obtuvieron menos ingresos de lo esperado con relación al año 2015, también se observa que en 2017 se obtuvieron menos ingresos en las pequeñas y medianas empresas en este año el IVA se mantuvo con una tasa del 14% hasta junio del presente año.

Todas las subdivisiones de este sector se vieron afectadas en el año 2016 en comparación al 2015. Hubo una subdivisión que no presentó variación negativa en sus ingresos y fue la G.461, donde la actividad comercial es *intermediarios del comercio de maquinaria, equipo industrial, embarcaciones y aeronaves, combustibles*, al parecer la demanda de estas maquinarias permitió a este sector no verse afectado más bien tener una cantidad más elevada en sus ingresos.

Tabla 15
Utilidad por año sección G46

VARIACION POR AÑO DE UTILIDADES		2015	2016	2017
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	UTILIDADES	UTILIDADES	UTILIDADES
G461	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	\$435,566,73	\$(413,623,35)	\$450,696,74
G462	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.	\$45,791,56	\$305,892,69	\$427,764,19
G463	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	\$3,199,346,13	\$2,716,736,52	\$3,145,752,43
G464	VENTA AL POR MAYOR DE ENSERES DOMÉSTICOS.	\$17,532,459,86	\$6,175,014,49	\$5,659,353,50
G465	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIAS EQUIPOS Y MATERIALES.	\$11,345,948,26	\$8,663,241,95	\$8,622,792,42
G466	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MAYOR ESPECIALIZADA.	\$7,259,105,47	\$10,966,314,84	\$11,904,382,29
G469	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADOS.	\$2,386,996,40	\$1,470,978,90	\$1,852,174,37
TOTAL		\$42,205,214,41	\$29,884,556,04	\$32,062,915,94

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías

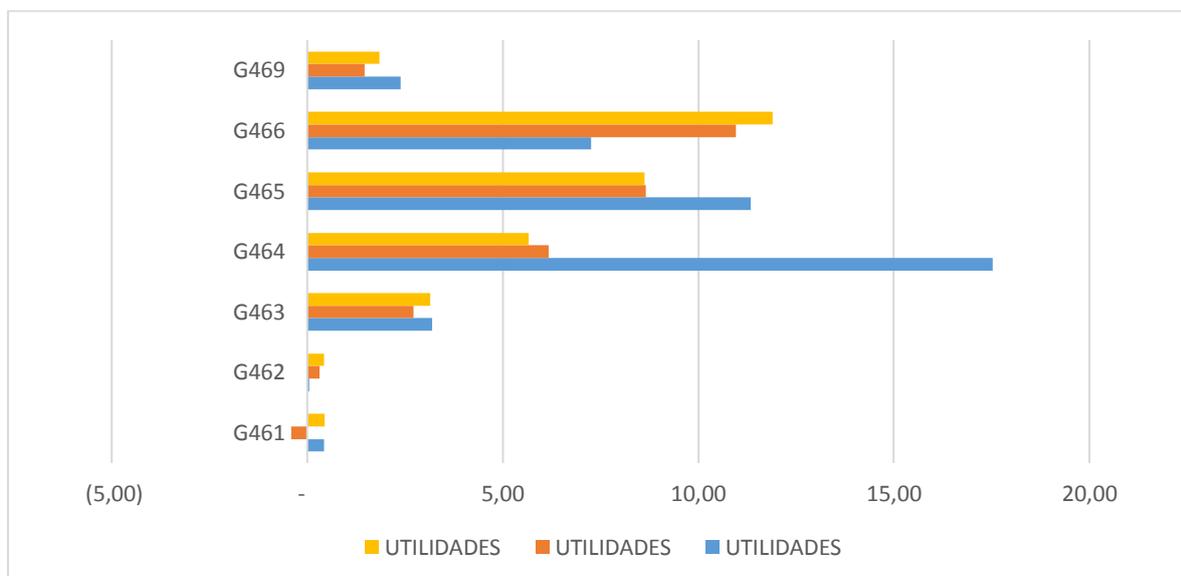


Figura 10. Variación utilidad por año sección G46 - fuente (compañías, 2017)

Interpretación:

En la subdivisión de las PYMES en actividad económica del sector comercial podemos encontrar que las utilidades fueron mayores en el año 2015, en el 2016 con la subida del IVA muchas PYMES obtuvieron menos utilidades de lo esperado con relación al año 2015, también se observa que en 2017 se ve estabilización del mercado.

Todas las subdivisiones de este sector se vieron afectadas en el año 2016 en comparación al 2015. Hubo una subdivisión que no presentó variación negativa en sus utilidades y fue la G.466, donde la actividad comercial en *artículos de ferretería y materiales de construcción* aumentó en un 34%, y en la subdivisión G.462 donde se presentó altas cifras de utilidades por *venta al por mayor de flores y plantas*, entre ellas semillas oleaginosas y frutos.

CLASIFICACIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL SECTOR COMERCIAL(G47)

Tabla 16.

No PYMES registradas por año sección G47

No PYMES, VARIACION POR AÑO		2015	2016	2017
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	No COMPAÑÍAS	No COMPAÑÍAS	No COMPAÑÍAS
G471	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	155	147	105
G472	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	19	20	13
G473	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	37	36	30
G474	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	118	108	74
G475	VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	158	152	112
G476	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	53	54	38
G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	157	146	111
G478	VENTA AL POR MENOR EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	24	26	15
G479	VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	15	15	13
TOTAL		736	704	511

Nota: Adaptada por documento emitido por la Superintendencia de Compañías

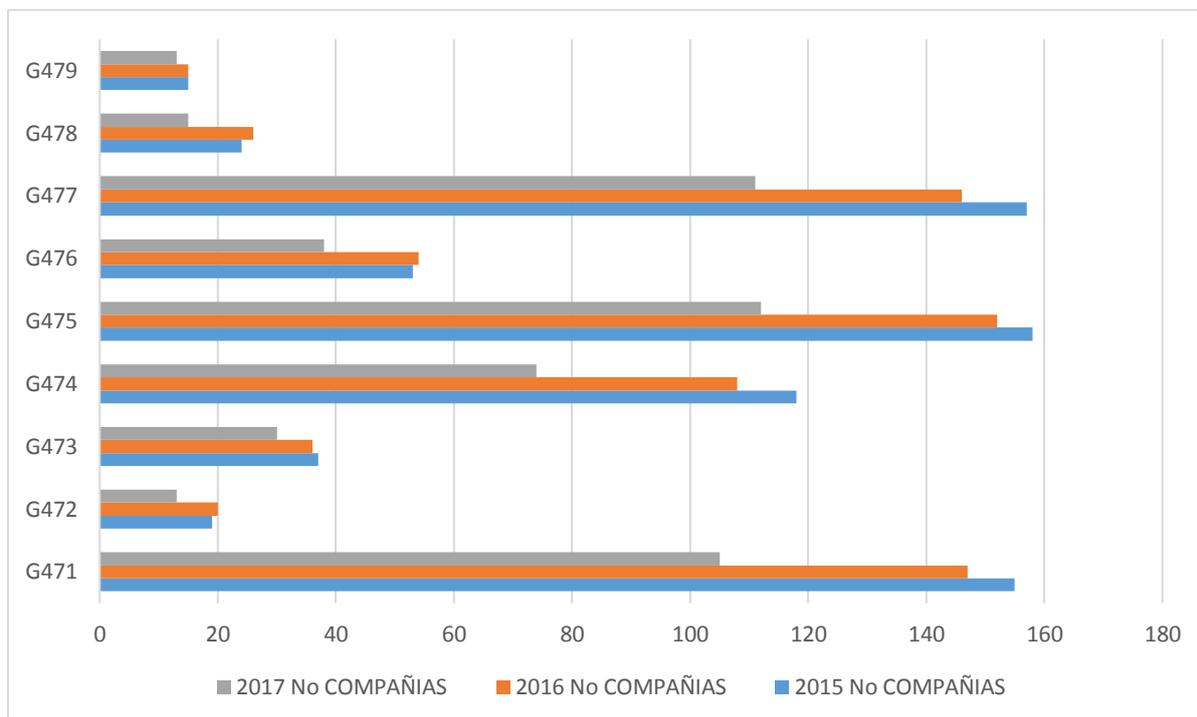


Figura 11. Variación registro No de PYMES por año sección G47 - Fuente: (compañías, 2017)

Interpretación:

En la presente subdivisión de ventas al por menor, podemos observar que en algunos casos al comparar las PYMES comerciales registradas el año 2015 frente al año 2016 en donde el IVA se incrementó al 14%, el número de PYMES fue más alto en los años 2015 y en el 2016 encontramos una baja en el registro de estas compañías, en el año 2017 aún se mantienen en disminución el número de compañías registradas y que presentó la debida información de estados financieros y documentos anexos.

Tabla 17

Total, de ingreso por año sección G47

VARIACION DE INGRESOS POR AÑO		2015	2016	2017
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS
G471	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	\$107,304,957,05	\$104,757,930,27	\$82,814,970,60
G472	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$16,495,793,30	\$17,623,631,06	\$18,868,219,65
G473	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$77,831,614,23	\$80,932,233,24	\$69,869,087,33
G474	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$69,003,192,66	\$44,036,558,49	\$33,545,548,65
G475	VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$92,308,041,64	\$82,246,142,74	\$63,245,516,30
G476	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$32,368,082,96	\$35,775,151,39	\$12,979,893,36
G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$111,362,408,66	\$98,061,942,72	\$108,177,008,65
G478	VENTA AL POR MENOR EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	\$8,243,384,86	\$9,504,796,78	\$6,361,444,88
G479	VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	\$8,198,129,47	\$11,281,016,37	\$10,015,688,61
TOTAL		\$523,115,604,83	\$484,219,403,06	\$405,877,378,03

Nota: Adaptado por documento emitido de la Superintendencia de Compañías, elaborado por la autora.



Figura 12. Variación de ingreso por año sección G47 - Fuente (compañías, 2017)

Interpretación:

La variación de los ingresos por año de las pequeñas y medianas empresas, en esta parte del comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas refleja que en el año 2015 los ingresos eran mayores en comparación a los siguientes años, en el 2016 con una disminución del 8% en los ingresos de las pymes, y en el 2017 la disminución alcanzó el 12% en comparación al año 2016.

Los sectores más afectados según los datos obtenidos son: Código G.471 variedad de productos que no predominan los productos alimenticios, disminuyó sus ingresos en 2%, G.476 artículos de oficinas y papelería también disminuyó en 57%, G.478 prendas de vestir, calzados y tabacos en 12 %

Tabla 18.

Utilidades por año sección G47

VARIACION POR AÑO DE UTILIDADES		2015	2016	2017
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	UTILIDADES	UTILIDADES	UTILIDADES
G471	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	\$301,556,40	\$ (928,510,95)	(1,409,138,51)
G472	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$210,208,67	\$285,278,85	\$357,372,11
G473	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$378,375,14	\$711,154,50	\$579,500,43
G474	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$1,028,023,32	\$280,287,73	\$543,680,79
G475	VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$1,340,570,75	\$819,038,12	\$1,107,087,37
G476	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$606,805,73	\$605,099,97	\$367,227,89
G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	\$2,996,857,39	\$1,449,858,98	\$2,541,221,41
G478	VENTA AL POR MENOR EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	\$56,004,20	\$92,643,38	\$99,930,01
G479	VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	\$ (2,645,17)	\$ (269,526,78)	\$275,896,54
TOTAL		\$ 6,915,756,43	\$3,045,323,80	\$4,462,778,04

Nota: Adaptada por documento emitido de la Superintendencia de Compañías

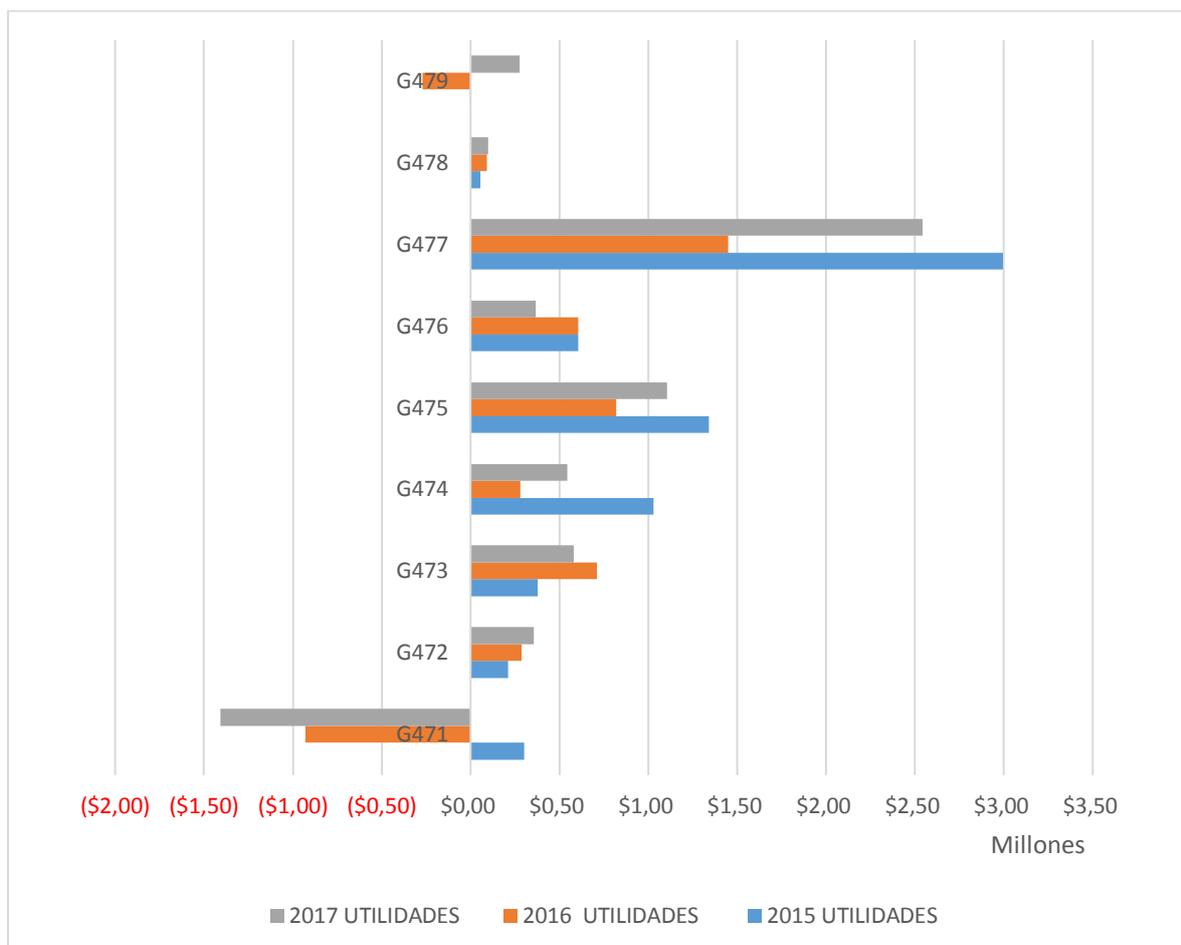


Figura 13. Variación de utilidad por año sección G47 - fuente: (*Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017*)

Interpretación:

La variación de las utilidades por año de las pequeñas y medianas empresas, en esta parte de comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas refleja que en el año 2015 las utilidades eran mayores en comparación a los siguientes años, en el 2016 con una disminución del 127% en las utilidades presentando en algunas subdivisiones del sector comercial de las pymes pérdidas, y en el 2017 no disminuyó la utilidad en comparación con el año 2016.

Los sectores más afectados según los datos obtenidos son: Código G.471 variedad de productos que no predominan los productos alimenticios disminuyó la utilidad en 13,2%, código G.474 ventas al por menor de equipo de radiograbadoras, computadoras disminuyó la

utilidad en 26,7%, código G475 artículos textiles, sábanas, enseres domésticos, artículos de ferretería, pequeñas herramientas, disminuyó 61%.

El Servicio de Rentas Internas, desde el departamento de planificación, proporcionó datos de las PYMES comerciales (G45, G46, G47), con domicilio fiscal en la ciudad de Guayaquil entre los años 2015, 2016 y 2017.

1. Recaudaciones Fiscales, PYMES comerciales (G45, G46, G47), año 2015

Tabla 19.

Recaudaciones fiscales 2015

CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD COMERCIAL	TOTAL
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	\$ 5,125,723,61
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	\$ 31,997,396,71
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	\$ 9,584,639,41
TOTAL		\$ 46,707,759,73

Nota: Adaptada por información emitida del Servicio Rentas Internas, departamento de planificación, elaborado por la autora

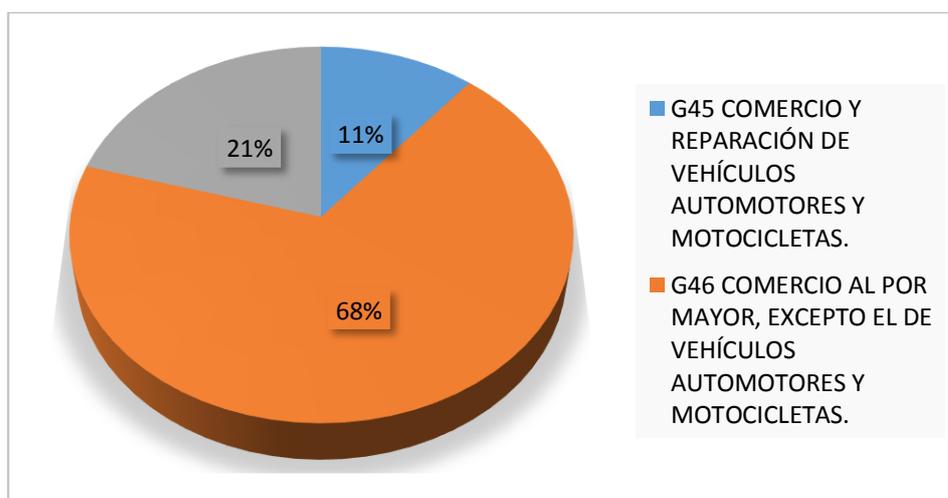


Figura 14 Variación en recaudaciones fiscales por sector G, 2015 - Fuente: (SRI, 2017)

Se puede observar que las recaudaciones del 2015 estuvieron enfocadas en el código G46 comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas, el 68% de las recaudaciones fueron por comercio al por mayor.

2. Recaudaciones Fiscales, PYMES comerciales (G45, G46, G47), año 2016

Tabla 20.
Recaudaciones Fiscales, 2016

CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD COMERCIAL	TOTAL
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	5372947,96
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	35666430,5
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	11261569,5
TOTAL		52300948

Nota: Adaptada por información emitida del Servicio Rentas Internas, departamento de planificación, elaborado por la autora

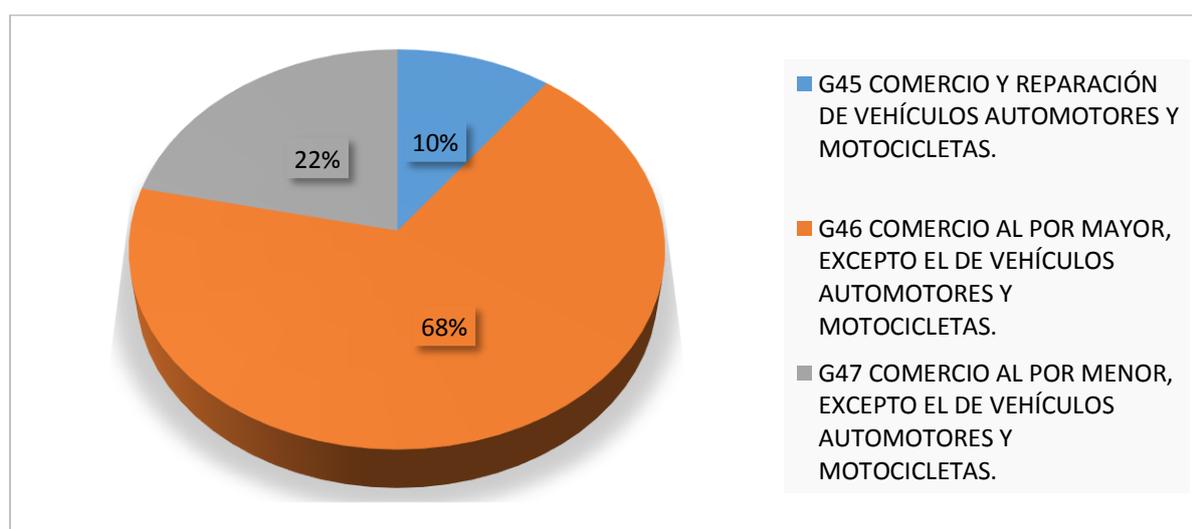


Figura 15 Variación recaudaciones fiscales sector G, 2016 - Fuente: (SRI, 2017)

Si se observa el cuadro se encuentra que se sigue manteniendo como mayor aportador G.46, comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas, las

recaudaciones del sector G.45 **comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas** bajó 1% y G.47 **comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas** aumentó el 1 %

3. Recaudaciones Fiscales, PYMES comerciales (G45, G46, G47), año 2017

Tabla 21.

Recaudaciones fiscales 2017

CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD COMERCIAL	TOTAL
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	5426389,56
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	31643156,7
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	13463547,1
TOTAL		50533093,4

Nota: Adaptada por información emitida del Servicio Rentas Internas, departamento de planificación.

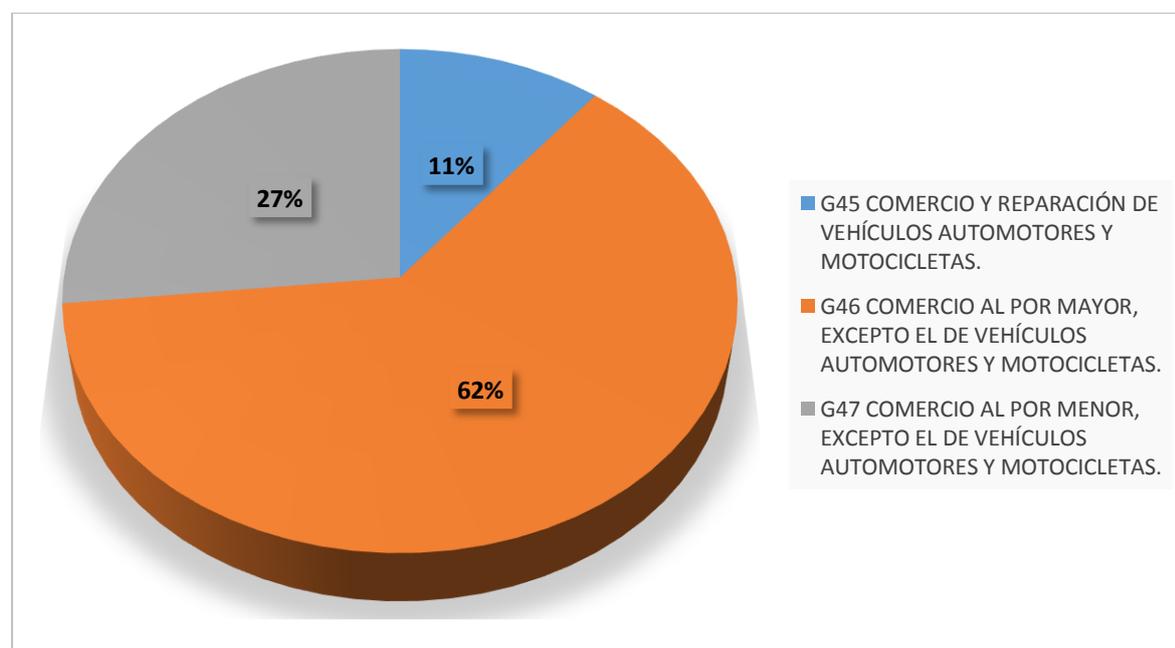


Figura 16 Variación recaudaciones fiscal 2017, sector G - Fuente: (SRI, 2017)

Observando el cuadro podemos encontrar que, en los años 2017, al comercio por menor G47, aportó un poco más en recaudaciones fiscales, el código G46 bajo un poco en las recaudaciones fiscales.

COMPARACIÓN DE RECAUDACIONES REALIZADAS DURANTE LOS AÑOS 2015, 2016 y 2017

Tabla 22.

Afectación en la recaudación por año

AFECTACION DE RECAUDACION POR AÑO		2015	2016	2017
CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD COMERCIAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	\$ 5,125,723,61	\$ 5,372,947,96	\$ 5,426,389,56
G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	\$ 31,997,396,71	\$ 35,666,430,52	\$ 31,643,156,72
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	\$ 9,584,639,41	\$ 11,261,569,50	\$ 13,463,547,12
TOTAL		\$ 46,707,759,73	\$ 52,300,947,98	\$ 50,533,093,40

Nota: Adaptada por información emitida del Servicio Rentas Internas, departamento de planificación. Elaborado por la autora

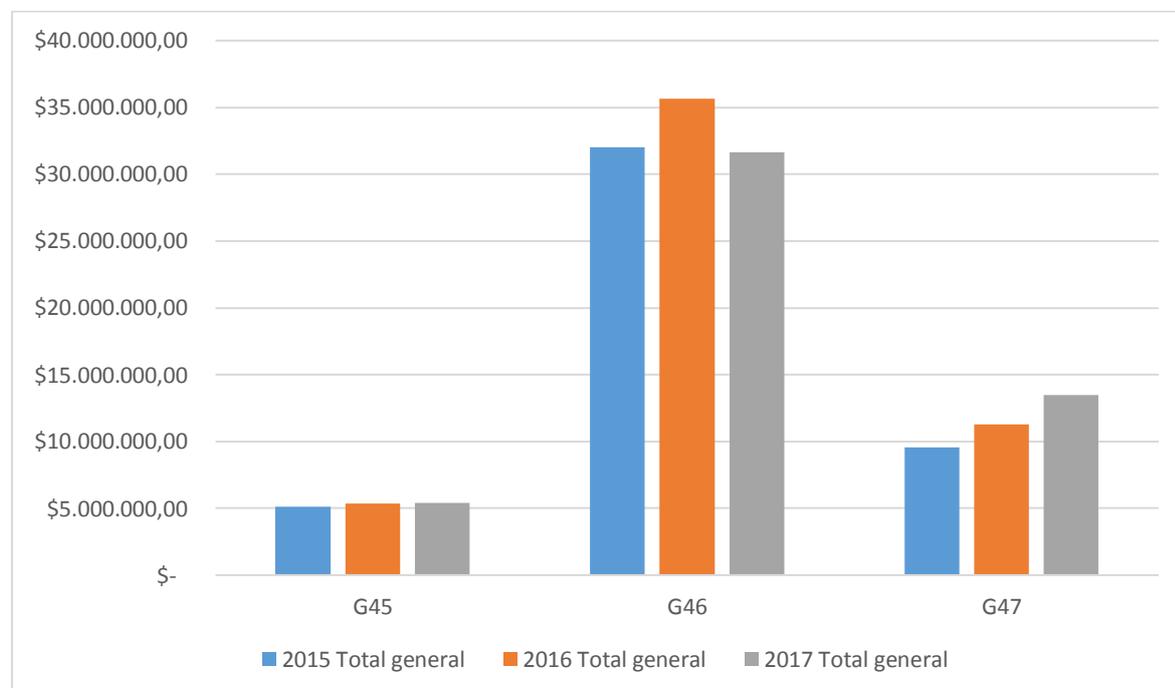


Figura 17 Variación en la recaudación por año 2015, 2016 y 2017 - Fuente: (SRI, 2017)

Capítulo 4

DISCUSIÓN

4.1 Contrastación empírica

Los resultados de la investigación reflejan variación en disminución de los ingresos, utilidades de las PYMES y el número de compañías activas del sector comercial de la ciudad de Guayaquil, registradas en la Superintendencia de compañías.

El incremento de la tasa del IVA al 14% por la Ley de Solidaridad temporal, aumentó el precio en diferentes productos, teniendo como resultados, baja adquisición de productos en la mayoría de la subdivisión del sector comercial, tomando como referencia la Ley de la demanda la cual indica: Si un artículo sube su precio la demanda de ese artículo bajará.

Analizando el cuadro de recaudaciones fiscales que se encuentra en el capítulo anterior, *variación de recaudaciones 2015, 2016 y 2017*, se observó que las PYMES si incrementaron la aportación al SRI en un 1,12% con el incremento del IVA, aunque se reflejaba en un cuadro publicado por el SRI, que en el año 2016 las recaudaciones de IVA totales entre persona naturales, jurídica, grandes compañías y contribuyentes especiales bajaron en un 9%

A continuación, se podrá observar un cuadro que presenta el sector comercial en general con sus variaciones por años, observando también el porcentaje de disminución, en este caso se podrá observar que la parte con mayor afectación en el año 2016 fueron las utilidades con 30% en déficit.

Tabla 23.

Sector comercial G. por años

SECTOR COMERCIAL	2015	2016	%	2017	%
EMPRESAS	3,696,00	3,494,00	5,47%	2,528,00	27,65%
INGRESOS POR VENTAS	2,454,604,586,66	2,212,630,776,73	9,86%	1,701,916,821,87	23,08%
UTILIDAD	52,116,579,51	36,303,630,22	30,34%	39,522,306,89	8,87%
EMPLEADOS	30344	29596	2,47%	21567	27,13%

Nota: Adaptada por información emitida del Servicio Rentas Internas, departamento de planificación. Elaborado por la autora

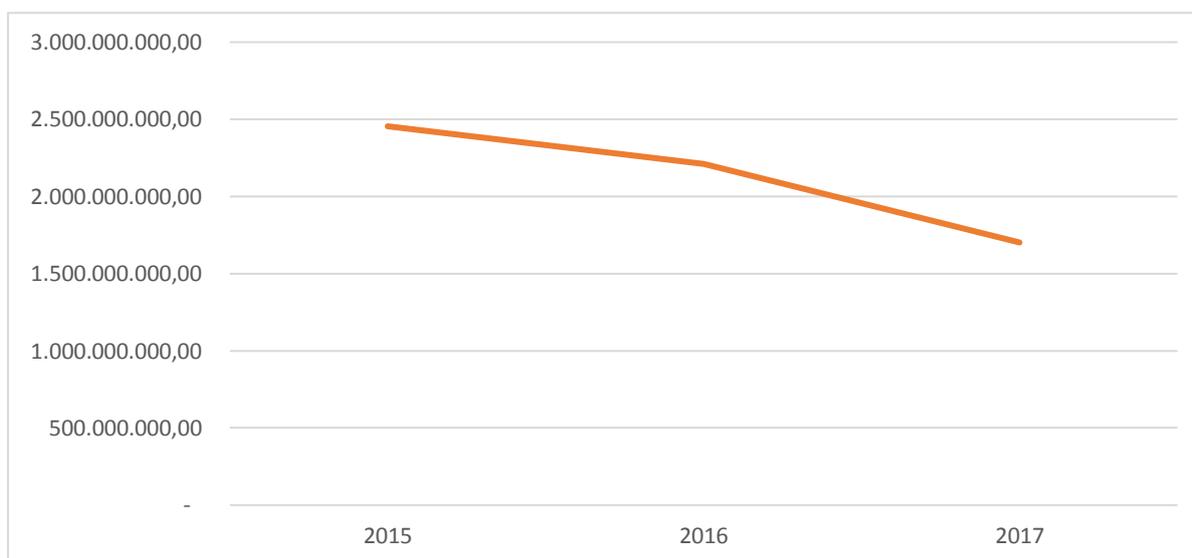


Figura 18 Ingreso por ventas sector comercial - fuente (Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017)

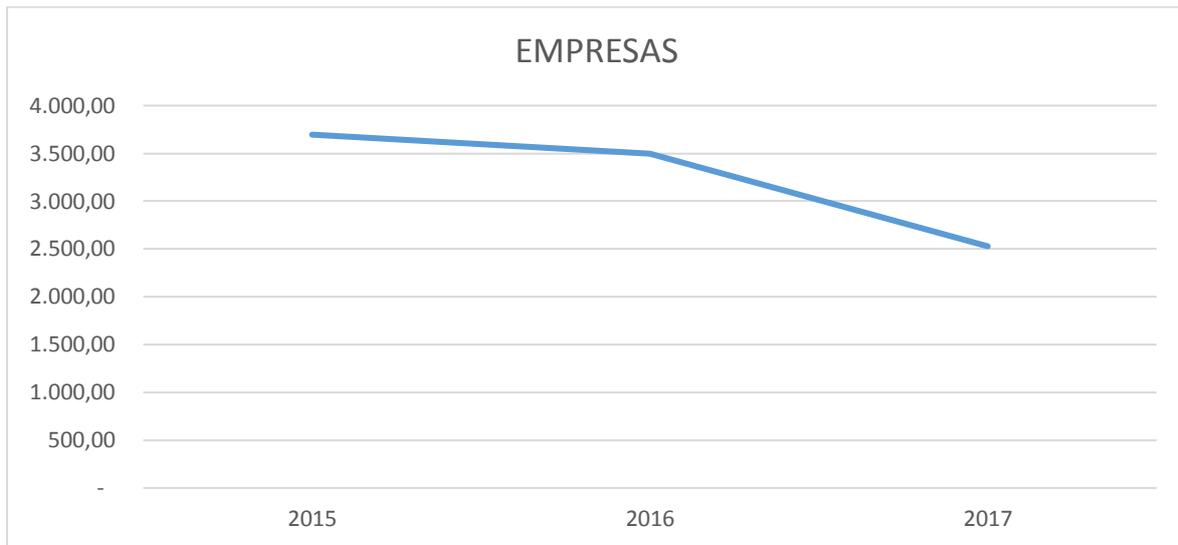


Figura 19 Números de empresa sector comercial - fuente (*Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017*).

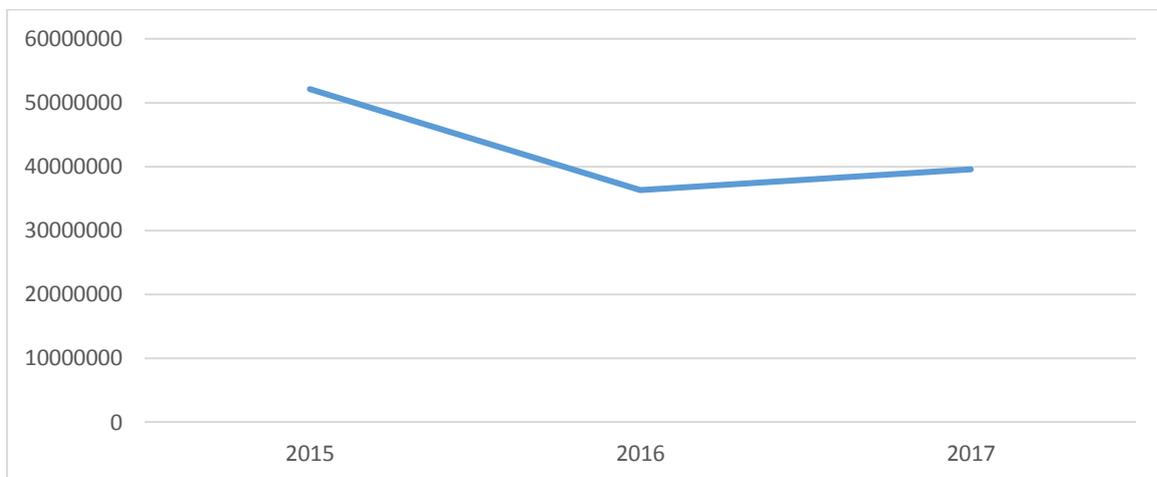


Figura 20 Variación por año de utilidad sector comercial - fuente: (*Superintendencia de Compañías Valores y seguros, 2017*)

4.2 Limitaciones

La presente investigación tuvo limitantes que incidieron en su desarrollo, la Superintendencia de Compañías siendo un 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, regula esa parte específica de compañías, sin embargo la superintendencia de economía popular que comprenden las cooperativas de ahorro y crédito, las entidades asociativas o solidarias, las cajas y bancos comunales y las cajas de ahorro, la superintendencia de bancos regula el funcionamiento de instituciones financieras, los consorcios tampoco se encuentran reguladas por la Superintendencia de Compañías, todas estas instituciones no fueron ingresadas en este estudio.

4.3 Líneas de investigación

La línea de investigación se orientó a las reformas tributarias, capacidad contributiva del consumidor y la elasticidad (teoría de la demanda) que mide la intensidad con la que responden los compradores a una variación en el precio en este caso no es favorable para las PYMES porque se redujeron las ventas, es lo que se pudo observar en los resultados de los análisis de datos.

4.4 Aspectos relevantes

Los referentes cuantitativos, determinaron que el incremento del IVA al 14% como medida emergente y temporal no da los resultados esperados, afectando al consumidor final y este a su vez deja de consumir productos lo que lleva a las pequeñas y medianas empresas a no cumplir sus metas en ventas lo que lleva a disminuir sus ingresos y utilidades como resultado final, despedir empleados o suspender las empresas.

En las recaudaciones generales de IVA en donde no solo se encuentran las PYMES, sino personas naturales, jurídica, grandes compañías y contribuyentes especiales en el año 2016 con un déficit del 9%, (se observó los cuadros de recaudaciones que se encuentra en anexos), es ahí donde entra el análisis específico de PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil se encontró que las recaudaciones en las PYMES si lograron alcanzar un aumento del 1,12% en el año 2016, y en el 2017 solo 0,96%.

Capítulo 5 PROPUESTA

5.1 Tema

Proponer estrategias para el financiamiento por alguna catástrofe que sufra el Ecuador para poder mantener el IVA en 12% y no afectar a las PYMES comerciales en sus ingresos y utilidades.

5.2 Justificación

Los resultados con los que aportó esta investigación indican que el gobierno debe encontrar otras fuentes de financiamiento como medida emergente, descartar el incremento del impuesto al valor agregado, más bien mantenerlo en 12%, ya que este impuesto indirecto que lo paga el consumidor no aporta al desarrollo de las PYMES.

Tomando como resultado el análisis realizado la recaudación fiscal por parte del SRI en las pequeñas y medianas empresas aumentaron en un 1,12%. Pero esto llevó a una caída en los ingresos y utilidades que fue muy alta, por lo que no justifica el incremento del IVA.

5.3 Objetivo general

Establecer estrategias al SRI para el financiamiento del Presupuesto General del Estado, para cubrir necesidades de fondos adicionales, manteniendo el IVA con una tarifa del 12%.

5.4 Descripción de la propuesta

Para contrarrestar los efectos económicos negativos que el incremento del IVA al 14% provocó en el sector comercial de las PYMES, el gobierno deberá ejecutar estrategias que incluyan la manera adecuada de financiar el Presupuesto General del Estado, sin afectar a las PYMES comerciales.

Estrategias

- Mantener el IVA en su tarifa regular del 12% aun teniendo el estado la necesidad de fondos adicionales, lo que permitirá al consumidor tener mayor poder adquisitivo, beneficiando a las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil y a su vez si adquieren productos con IVA, las aportaciones al SRI se incrementarán.
- Incentivos tributarios como mecanismo de activación a las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil, para promover su desarrollo. Las PYMES que hayan tenido incremento en sus ventas en el mes, el SRI devolverá al siguiente mes como crédito tributario el 2% del impuesto, así las compañías querrán facturar más y las recaudaciones fiscales se incrementarán.
- Cultura tributaria, la capacitación en las escuelas, colegios, universidades y empresas, sobre el efecto que causa el pago de los impuestos al país, como meta lograr insertar la cultura tributaria en la sociedad, sin tener la necesidad de incrementar el porcentaje del IVA.
- Según la ley de Solidaridad y de corresponsabilidad ciudadana por la afectación del terremoto, (2016):
 1. Contribuciones solidarias sobre la remuneración, personas naturales bajo dependencia con remuneración mensual de \$1000
 2. Contribuciones solidarias sobre el patrimonio, cuando el patrimonio es mayor a \$1000000
 3. Contribuciones solidarias sobre las utilidades, el 3 % de las utilidades
 4. Contribuciones solidarias sobre bienes inmuebles y de derecho representativo de capital existente.
 5. No intervención en la subida del IVA.

Conclusiones y recomendaciones

Los objetivos propuestos han sido relacionados a la investigación desarrollada, obteniendo las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES

1. El análisis de los datos de las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil registrado en la Superintendencia de Compañías presentó un efecto negativo al incrementarse el IVA al 14%, se analizó datos del año 2015 en donde la tasa del IVA era el 12%, frente a los años afectados 2016 y 2017 que presentaron el incremento del IVA parcialmente desde junio del año 2016 hasta mayo del 2017. Los cuadros estadísticos nos presentan valores negativos en los ingresos, utilidades, así como también se observa una cantidad menor de compañías registradas.
2. En el sector económico con actividad comercial (G), los datos proporcionan información de las PYMES comerciales con una variación negativa en el número de empresas activas, si comparamos el año 2015 contra el año 2016 podemos ver que disminuyeron en 5,47 % y en el 2017 en un 27,65%.
3. Analizando los datos en este sector comercial se pudo observar que los ingresos y las utilidades tuvieron una disminución en los años 2016 y 2017, se pudo decir que este evento se dio por la ley de la demanda, si se incrementó el IVA, se incrementarían los precios y los consumidores dejarían de consumir, por lo tanto, las PYMES comerciales dejaron de vender en la misma proporción.
4. En la parte de los empleados del sector comercial, las cifras indican que las PYMES reportan menos empleados en el año 2016 en 2,47%, y en el año 2017 se reportaron 27,13 % menos que el año anterior.

5. Se concluye indicando que el incremento del impuesto al valor agregado al 14% tuvo un efecto económico negativo que se pudo observar en cada uno de los rubros analizados en las PYMES comerciales de Guayaquil, también se analizaron las recaudaciones fiscales del Servicio de Rentas Internas y aunque aumento en un pequeño porcentaje las recaudaciones, no compensa todo el déficit que tuvieron las PYMES entre los años 2015-2017.

RECOMENDACIONES

En función de las conclusiones, se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda hacer un nuevo estudio, que abarque otros sectores para poder comparar los sectores mayormente afectados por el incremento del IVA, y si se encontrara algún sector que se beneficie durante la vigencia del incremento del IVA.
- Se considera necesario que el SRI debe aplicar la propuesta planteada en esta tesis, con el fin de que las pequeñas y medianas empresas comerciales, no se vean afectadas en sus ingresos y utilidades por el incremento del IVA al 14%.
- Se recomienda a la PYMES comerciales, hagan la mejor utilización de sus recursos, adquiriendo importaciones o compras de una manera más controlada, durante el incremento temporal del IVA, sabiendo que con el incremento del IVA las ventas tienden a disminuir.

Bibliografía

Abad, A. V. (09 de 2015). *tesis*. Obtenido de LA INCIDENCIA DE LA ELIMINACIÓN DEL REINTEGRO DEL IVA A FAVOR:

<http://repositorio.iaen.edu.ec/jspui/bitstream/24000/3835/1/TESIS.pdf>

Andino Alarcon, M., & Parra, J. (2007). *Estimación de la brecha de recaudación del IVA e Impuesto a la Renta de las sociedades por industria*. Quito.

Baena Toro, D. (2010). *Analisis Financiero, enfoeue y proyecciones*. Ecoe Ediciones.

Borga, D. (05 de 02 de 2011). Obtenido de tú opinión sobre tem@s fisc@les:

<http://tese7451.blogspot.com/2011/02/historia-del-impuesto-al-valor-agregado.html>

Cabezas Jarrin, M. (2010). Obtenido de

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/4852/1/Efectos%20Economicos%20de%20los%20Impuestos%20en%20el%20Ecuador.pdf>

CAN. (2000-2004). *Decision 488*. Quito.

CAN. (2012). *Decisión 488*. Quito.

Castro Suarez, C. A. (07 de 2015). El sistema tributario ecuatoriano y su incidencia en las pymes provincia de Manabi. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8495/1/TESIS%20ING.%20CESAR%20CASTRO.pdf>

Compañías, S. d. (2016). *Clasificacion de sector comercial*. Guayaquil.

compañías, S. d. (2017). *Superintendencia de Compañías Valores y seguros*. Obtenido de

<https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/Seguros/HistoriaFunciones>

- Constituyente, A. (2010). Constitución del Ecuador. En *sistema economico y politica economica* (pág. 140). Quito.
- Constituyente, A. (2014). De la superintendencia de Compañía de valores y seguro. En *Codigo Organico Monetario y Financiero* (pág. 365).
- constituyente, A. N. (1998). De los Organismos de Control. En *Constitucion Politica de la Republica del Ecuador* (pág. ART 213). Quito.
- CURIA. (2001). *El sistema del IVA general*.
- Diaz, J. (29 de marzo de 2014). *Elasticidad de la demanda*. Obtenido de https://www.academia.edu/12567727/Elasticidad_de_la_Demanda
- Ekosnegocios. (2013). pyme contribucion clave en la economia. *Ekos negocios*, 29.
- Ferrero, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales* *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago de Chile: Naciones Unidas, CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Guil Bozal, M. (2006). ESCALA MIXTA LIKERT-THURSTONE. *Maqueta Anduli*, 15.
- IFRS, f. (2015). Normas NIIF para PYMES. En F. IFRS, *NORMAS NIIF PARA LAS PYMES* (pág. 276).
- INEC. (2016).
- INEC, I. N. (2012). *Clasificacion nacional de actividades economicas CIIU 4.0*.

- Izquieta Perez , L., & Vaca Lopez, G. (01 de 01 de 2015). *Vista de Impuesto al Valor Agregado (IVA): Evolución, tarifas y aportes de las principales ciudades: Caso Ecuador Por*. Obtenido de <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/fenopina/article/view/62/77>
- J, A. M. (2011).
- Jimenez de Cisnero, M. (2016). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=57257>
- Krugman, P., Olney, M., & Wells, R. (2008). *Fundamento de economía* .
- López Matínez , C. (2010). Análisis de la incidencia de la recaudación del impuesto al valor agregado en el Ecuador .
- LORTI. (2015). *Ley orgánica régimen tributario Interno, LORTI*.
- Martinez, T. p. (2011). *Superintendencia de Compañías* .
- Molina, M., Mora Riapira, & Vera-Colina. (9 de Junio de 2014). Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros. *INNOVAR*, 149-160. Obtenido de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/43922>
- Morales Muñoz , D. (2011). *Diseño de un modelo de gestión administrativa financiera para las PYMES* . Quito.
- nacional, A. (2016). *Ley orgánica de solidaridad y corresponsabilidad ciudadana para reconstrucción y reactivación de zonas afectadas*. Quito: Editorial Nacional.
- Olivia , N. (2014). El impuesto al valor agregado como instrumento de equidad social. *Cuestion económica vol 24*, 29-57. Obtenido de

https://www.bce.fin.ec/cuestiones_economicas/images/PDFS/2008/No1/Vol.24-1-2008NicolasOliva.pdf

Palacio Fernandez , M., & Garcia Muñoz , I. (2008). Caracterización de las empresas “gacela” en España - Un estudio sobre las Pymes de alto rendimiento. *II International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management*, 517-530.

Parkin, M., & Esquivel, G. (2006). *Microeconomía versión para latinoamérica* .

Policonomics. (2017). *Policonomics*. Obtenido de <http://policonomics.com/es/ecuacion-slutsky/>

Silvani, L. (1993). Venganza, deducción y capacidad contributiva en el Impuesto al Valor.

SRI. (2017). *Servicio de Rentas Internas del Ecuador*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor-agregado-iva#%C2%BFqu%C3%A9-es>

superintendencia, c. (2008). *Resolucion 08.G.DSC.010*. Quito.

Vasquez del Rey, A. (2012). Revisión crítica de la concepción habitual del Iva . *Revista de derecho*, 150-178.

Villegas, H. (2000). *Manual de finanzas públicas* . Editorial de Palma .

Weblog, Economy. (10 de julio de 2012). *Los efectos económicos de la subida del IVA*.

Obtenido de <https://economy.blogs.ie.edu/archives/2012/07/efectos-economicos-del-subida-impuesto-del-iva/>

Anexo 1**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS****MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA****ELABORACION ENTREVISTA PARA TESIS**

TEMA TESIS: Análisis del Impuesto al Valor Agregado y su efecto económico en las PYMES comerciales registradas en la Superintendencia de Compañías de la ciudad de Guayaquil entre los años 2015-2016 y 2017.

Fecha: 25 de marzo del 2018

PYMES: Cabram S.A.

Departamento: Gerencia General

Nombre del entrevistado: Ing. Carlos Bravo Montesdeoca

Duración de la entrevista: 25 minutos

Objetivo: Adquirir información veraz de fuentes fiables sobre las pequeñas y medianas Empresas, cual fue el efecto económico en los años 2015-2016y 2017 con el incremento del IVA.

1. ¿De qué manera afectó a Importadora Cabram, la subida del porcentaje de IVA del 12 al 14%?

La Empresa que represento se dedica a la comercialización de calzado, ventas al por mayor, al momento del incremento del IVA al 14%, nos vimos afectados en las ventas, por ende, en nuestras utilidades.

La perspectiva del consumidor es que si el IVA sube el producto se encarece, y dejan de consumirlo en la misma magnitud que antes lo hacían, teniendo como prioridad el consumo de productos de primera necesidad.

2. ¿Cree usted que el recargo del impuesto al valor agregado al 14% fue la mejor opción para recaudaciones fiscales?

El recargo del Impuesto al Valor Agregado a mi criterio como comerciante, no es la mejor opción para aumentar recaudaciones fiscales, aunque sean temporales y de manera solidaria, ya que algunos comerciantes informales por medio del contrabando no dan factura, o buscan la manera de evadir los impuestos, y las empresas constituidas legalmente se ven afectadas. Por ende, las recaudaciones fiscales no llegarían a cumplir sus metas.

3. Frente a la subida del IVA del 12 al 14 % en el año 2016 y 2017, cual fue la solución que implemento para continuar en el mercado?

Las soluciones que se implementaron en Cabram S.A, al momento del incremento del IVA al 14% fueron:

1. Asumir el incremento del porcentaje del IVA (2%), fue la primera opción, tratar de que el cliente se mantenga con precios establecidos de años anteriores, para que no bajen su compra, aunque aun asumiendo el IVA, las ventas bajaron, ya que la perspectiva del

consumidor fue que el producto se había encarecido, y de la misma manera para ellos sus ventas bajaron.

2. Hacer compras o importaciones para la venta de manera menos frecuente, ya que la demanda había bajado y tener mucha mercadería sin que se venda no es bueno para las PYMES, aunque antes del IVA ya nos veíamos afectados por la salvaguardia, lo de la ley solidaria del aumento del IVA temporal nos afectó un poco más.

Anexo 2

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA
ELABORACION ENTREVISTA PARA TESIS

TEMA TESIS: Análisis del Impuesto al Valor Agregado y su efecto económico en las PYMES comerciales registradas en la Superintendencia de Compañías de la ciudad de Guayaquil entre los años 2015-2016 y 2017.

Fecha: 12 de abril del 2018

Institución: Superintendencia de Compañías valores y seguros de

Departamento: Investigación y estudio De la superintendencia de Compañías valores y seguros del Ecuador

Nombre del entrevistado: Econ. Segundo Camino Mougro

Duración de la entrevista: 25 minutos

Objetivo: Adquirir información veraz de fuentes fiables sobre las pequeñas y medianas Empresas Comerciales registradas en la Superintendencia de Compañías de la ciudad de Guayaquil, cual fue el efecto económico en los años 2015-2016 con el incremento del IVA.

1. ¿Cree usted que el incremento de la tasa del Iva del 12 al 14 % en las PYMES comerciales registradas en la Superintendencia de Compañías, afectó a la economía en la ciudad de Guayaquil en los años del 2015-2016 y 2017?

El aumento en la tasa del Impuesto al Valor agregado (IVA) si afecto, no solo a las Pequeñas y medianas Empresas comerciales, sino a todas las compañías en General, dado que este impuesto es trasladado indirectamente al consumidor final, y al sentirse afectado la demanda de los diferente productos con IVA 14% bajarían, teniendo en cuenta que las PYMES comerciales dado el mercado en el que operan ya venían siendo afectadas por las salvaguardas, tasa de crecimiento del PIB, restricciones a las importaciones y complicaciones para exportar.

2. ¿Cree usted que las PYMES con actividad comercial registradas en la Superintendencia de Compañías, tienen algún peso importante en la economía específicamente de la ciudad de Guayaquil?

Las Pequeñas y medianas empresas representan una gran cantidad de empresas en todo el país, si a las PYMES le agregamos las microempresas esto representaría un 95% de las compañías, a penas entre un 5% de las compañías son empresas grandes, este comportamiento se da, en la misma magnitud en cada una de las provincias y ciudades, el Ecuador es un país que está constituido por una cantidad muy importante de Pymes comerciales.

3. Según su experiencia en la investigación, ¿cuál sería la causa que impide que las PYMES se mantengan a través de los años y que impide el crecimiento de las PYMES comerciales en la ciudad de Guayaquil?

Este segmento de Compañías tiende a cerrar con mayor facilidad que las empresas grandes, ya que las PYMES tienen limitación en el mercado por su baja tasa en innovación, baja productividad (mejorar el producto), baja tasa en inversión de investigación, baja tasa de gastos en publicidad, todos estos factores hacen limitada la capacidad para subsistir en el tiempo, el tema de supervivencia en el mercado depende mucho de la innovación, productividad e inversión.

4. ¿La Superintendencia de Compañías tiene algún incentivo para las PYMES que están constituidas recientemente, hasta su desarrollo o evolución?, por ejemplo: Los tres primeros años, cancelar solo el 50% de la contribución que se genera al enviar los Estados Financieros.

No, la Superintendencia no tiene ningún incentivo de este tipo, lo que podemos indicar es que ahora se tiene la facilidad para abrir nuevas Compañías mediante portal web de la Superintendencia de compañía, mediante la constitución electrónica de compañías que se da en línea , acelerando el proceso de apertura.

Anexo 3

Clasificación G45. Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas.

G45	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	Nivel
G451	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	3
G4510	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	4
G4510.0	VENTA DE AUTOMÓVILES Y VEHÍCULOS DE MOTORES LIGEROS.	5
G4510.01	Venta de vehículos nuevos y usados: vehículos de pasajeros, incluidos vehículos especializados como: ambulancias y minibuses, camiones, remolques y semirremolques, vehículos de acampada como: caravanas y autocaravanas, vehículos para todo terreno (jeeps, etcétera), incluido la venta al por mayor y al por menor por comisionistas.	6
G4510.02	Subasta de automóviles.	6
G452	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	3
G4520	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	4
G4520.0	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	5
G4520.01	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores: reparación mecánica, eléctrica, sistemas de inyección eléctricos, carrocerías, partes de vehículos automotores: parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Incluye el tratamiento anti óxido, pinturas a pistola o brocha a los vehículos y automotores, la instalación de partes, piezas y accesorios que no se realiza como parte del proceso de fabricación (parlantes, radios, alarmas, etcétera).	6
G4520.02	Mantenimiento y reparación, instalación, cambio de neumáticos (llantas) y tubos (Vulcanizadoras).	6
G4520.03	Servicios de lavado, engrasado, pulverizado, encerado, cambios de aceite, etcétera.	6
G453	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	3
G4530	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	4
G4530.0	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	5
G4530.00	Venta de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores como: neumáticos (llantas), cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.	6
G454	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.	3
G4540	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.	4

G4540.0	VENTA DE MOTOCICLETAS, INCLUSO CICLOMOTORES.	5
G4540.01	Venta de motocicletas, incluso ciclomotores (velomotores), tricimotos.	6
G4540.02	Venta de partes, piezas y accesorios para motocicletas (incluso por comisionistas y compañías de venta por correo).	6
G4540.03	Actividades de mantenimiento y reparación de motocicletas.	6

Clasificación G.46.Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.

G46	COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	Nivel
G461	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	3
G4610	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	4
G4610.0	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA COMISIÓN O POR CONTRATO.	5
G4610.01	Intermediarios del comercio de materias primas agrarias, animales vivos, materias primas textiles y productos semielaborados.	6
G4610.02	Intermediarios del comercio de combustibles, minerales, metales, y productos químicos industriales, incluidos abonos.	6
G4610.03	Intermediarios del comercio de la madera y materiales de construcción.	6
G4610.04	Intermediarios del comercio de maquinaria, equipo industrial, embarcaciones y aeronaves.	6
G4610.05	Intermediarios del comercio de muebles, artículos para el hogar y ferretería.	6
G4610.06	Intermediarios del comercio de textiles, prendas de vestir, peletería, calzado y artículos de cuero.	6
G4610.07	Intermediarios del comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco.	6
G4610.08	Actividades de casas de subastas al por mayor.	6
G4610.09	Intermediarios del comercio de productos diversos.	6
G462	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.	3
G4620	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.	4
G4620.1	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS.	5
G4620.11	Venta al por mayor de cereales (granos) y semillas.	6
G4620.12	Venta al por mayor de frutos y semillas oleaginosas.	6
G4620.13	Venta al por mayor de tabaco sin elaborar.	6
G4620.14	Venta al por mayor de desechos, residuos y productos derivados usados para alimentar animales (forraje), incluye materias primas agrarias.	6
G4620.15	Venta al por mayor de flores y plantas.	6

G4620.19	Venta al por mayor de otras materias primas agropecuarias.	6
G4620.2	VENTA AL POR MAYOR DE ANIMALES VIVOS.	5
G4620.21	Venta al por mayor de animales vivos.	6
G4620.22	Venta al por mayor de cueros, pieles y otros productos animales.	6
G463	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	3
G4630	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	4
G4630.1	VENTA AL POR MAYOR DE FRUTAS, HORTALIZAS Y ESPECIAS.	5
G4630.11	Venta al por mayor de banano y plátano.	6
G4630.12	Venta al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas.	6
G4630.13	Venta al por mayor de papa y tubérculos.	6
G4630.14	Venta al por mayor de café, cacao, te y especias.	6
G4630.2	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS, HUEVOS, GRASAS Y ACEITES COMESTIBLES.	5
G4630.21	Venta al por mayor de productos lácteos, incluido helados, bolos, etcétera.	6
G4630.22	Venta al por mayor de huevos y productos a base de huevos.	6
G4630.23	Venta al por mayor de aceites y grasas comestibles de origen animal o vegetal.	6
G4630.3	VENTA AL POR MAYOR DE CARNE, PRODUCTOS CÁRNICOS Y DE LA PESCA.	5
G4630.31	Venta al por mayor de carne y productos cárnicos (incluidas las aves de corral).	6
G4630.32	Venta al por mayor de camarón y langostinos.	6
G4630.33	Venta al por mayor de pescado, crustáceos, moluscos y productos de la pesca.	6
G4630.9	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS.	5
G4630.91	Venta al por mayor de arroz.	6
G4630.92	Venta al por mayor de azúcar, chocolate y productos de confitería.	6
G4630.93	Venta al por mayor de productos de panadería y repostería.	6
G4630.94	Venta al por mayor de bebidas no alcohólicas (jugos, gaseosas, agua mineral, etcétera).	6
G4630.95	Venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación.	6
G4630.96	Venta al por mayor de productos de tabaco.	6
G4630.97	Venta al por mayor de alimento para mascotas (animales domésticos).	6
G4630.99	Venta al por mayor de otros productos comestibles (enlatados y conservas).	6
G464	VENTA AL POR MAYOR DE ENSERES DOMÉSTICOS.	3
G4641	VENTA AL POR MAYOR DE TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO.	4
G4641.1	VENTA AL POR MAYOR DE TEXTILES.	5
G4641.11	Venta al por mayor de hilos (hilados), lanas y tejidos (telas).	6

G4641.12	Venta al por mayor de lencería para el hogar cortinas, visillos, mantelería, toallas y diversos artículos domésticos.	6
G4641.13	Venta al por mayor de artículos de mercerías: agujas, hilo de costura, botones, cierres, cintas, encajes, alfileres, etcétera.	6
G4641.2	VENTA AL POR MAYOR DE PRENDAS DE VESTIR Y ACCESORIOS.	5
G4641.21	Venta al por mayor de prendas de vestir, incluidas prendas (ropa) deportivas.	6
G4641.22	Venta al por mayor de accesorios de vestir guantes, corbatas, incluye paraguas y tirantes.	6
G4641.3	VENTA AL POR MAYOR DE CALZADO Y PELETERÍA.	5
G4641.31	Venta al por mayor de calzado.	6
G4641.32	Venta al por mayor de artículos de cuero (con pelo natural).	6
G4649	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS.	4
G4649.1	VENTA AL POR MAYOR DE APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS, MUEBLES, COLCHONES, ALFOMBRAS y APARATOS DE ILUMINACIÓN PARA EL HOGAR.	5
G4649.11	Venta al por mayor de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico: refrigeradoras, cocinas, lavadoras, etcétera. Incluye equipos de televisión, estéreos (equipos de sonido), equipos de grabación y reproductores de CD y DVD, cintas de audio y video CDs, DVD grabadas.	6
G4649.12	Venta al por mayor de artículos y accesorios fotográficos y ópticos (lentes de sol, binoculares, lupas).	6
G4649.13	Venta al por mayor de muebles de hogar, colchones y alfombras.	6
G4649.14	Venta al por mayor de equipos de iluminación.	6
G4649.2	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE FARMACÉUTICOS, MEDICINALES, MATERIALES MÉDICOS, PERFUMERÍA Y COSMÉTICA.	5
G4649.21	Venta al por mayor de productos de perfumería, cosméticos (productos de belleza) artículos de uso personal (jabones).	6
G4649.22	Venta al por mayor de productos farmacéuticos, incluso veterinarios.	6
G4649.23	Venta al por mayor de productos medicinales (naturistas).	6
G4649.24	Venta al por mayor de instrumentos, materiales médicos y quirúrgicos, dentales y artículos ortopédicos.	6
G4649.9	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS ARTÍCULOS DE USO DOMÉSTICO.	5
G4649.91	Venta al por mayor de artículos de madera, corcho, mimbre etcétera.	6
G4649.92	Venta al por mayor de bicicletas, partes y accesorios incluyen los artículos deportivos.	6
G4649.93	Venta al por mayor de material de papelería, libros, revistas, periódicos.	6
G4649.94	Venta al por mayor de artículos de cuero y accesorios de viaje.	6
G4649.95	Venta al por mayor de artículos de porcelana, cristalería, plástico, etcétera; artículos ornamentales; cubertería (cubiertos), vajilla, incluido desechables.	6

G4649.96	Venta al por mayor de artículos de limpieza.	6
G4649.97	Venta al por mayor de relojes, joyas y bisutería.	6
G4649.99	Venta al por mayor de otros artículos de uso doméstico: juegos y juguetes, instrumentos musicales y partituras, etcétera.	6
G465	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIAS EQUIPOS Y MATERIALES.	3
G4651	VENTA AL POR MAYOR DE COMPUTADORAS, EQUIPO Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS.	4
G4651.0	VENTA AL POR MAYOR DE COMPUTADORAS, EQUIPO Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS.	5
G4651.01	Venta al por mayor de computadoras y equipo periférico.	6
G4651.02	Venta al por mayor de programas informáticos (software).	6
G4652	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO, PARTES Y PIEZAS ELECTRÓNICOS Y DE TELECOMUNICACIONES.	4
G4652.0	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO, PARTES Y PIEZAS ELECTRÓNICOS Y DE TELECOMUNICACIONES.	5
G4652.01	Venta al por mayor de válvulas y tubos electrónicos, dispositivos de semiconductores, microchips, circuitos integrados y de impresión.	6
G4652.02	Venta al por mayor de teléfonos y equipos de comunicación.	6
G4652.03	Venta al por mayor de cintas y disquetes y discos magnéticos y ópticos (CD, DVD) de sonido y de vídeo no grabadas.	6
G4653	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIALES AGROPECUARIOS.	4
G4653.0	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIALES AGROPECUARIOS.	5
G4653.01	Venta al por mayor de maquinaria y equipo agropecuarios: arados, esparcidoras de estiércol, sembradoras, cosechadoras, trilladoras, máquinas de ordeñar, máquinas utilizadas en la avicultura y la apicultura, tractores utilizados en actividades agropecuarias y silvícolas, segadoras de césped de todo tipo, etcétera.	6
G4659	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO.	4
G4659.11	Venta al por mayor de maquinaria y equipo de oficina: calculadora, máquinas de escribir, contadora de monedas, excepto computadoras y equipo informático.	6
G4659.12	Venta al por mayor de muebles de oficina.	6
G4659.21	Venta al por mayor de máquinas herramienta controladas o no por computadora para la industria textil, cuero y otras industrias, incluye la venta al por mayor de sus partes y piezas.	6
G4659.22	Venta al por mayor de maquinaria para la minería y construcción; incluye partes y piezas.	6
G4659.23	Venta al por mayor de máquinas y herramientas para la metalurgia; incluye partes y piezas.	6
G4659.24	Venta al por mayor de máquinas para la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco (incluso para hoteles y restaurantes), máquinas para lavar, secar y sellar botellas, incluye la venta al por mayor de sus partes y piezas.	6

G4659.91	Venta al por mayor de equipo de transporte (lanchas, aviones, trenes, etcétera.) excepto vehículos motorizados, motocicletas y bicicletas.	6
G4659.92	Venta al por mayor de instrumentos y equipo de medición y precisión.	6
G4659.93	Venta al por mayor de equipo eléctrico como: motores eléctricos, transformadores, (incluye bombas para líquidos), cables, conmutadores y de otros tipos de equipo de instalación de uso industrial.	6
G4659.94	Venta al por mayor de equipo médico y equipo de laboratorio.	6
G4659.95	Venta al por mayor de equipo de seguridad.	6
G4659.99	Venta al por mayor de máquinas herramienta de cualquier tipo y para cualquier material: madera, acero, etcétera. La venta de otros tipos de maquinaria n.c.p. para uso en la industria, el comercio, la navegación y otros servicios. Incluye venta al por mayor de robots para cadenas de montaje, armas, etcétera.	6
G466	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MAYOR ESPECIALIZADA.	3
G4661	VENTA AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES SÓLIDOS, LÍQUIDOS Y GASEOSOS Y PRODUCTOS CONEXOS.	4
G4661.01	Venta al por mayor de petróleo crudo.	6
G4661.02	Venta al por mayor de combustibles sólidos: carbón, carbón vegetal, leña madera turba.	6
G4661.03	Venta al por mayor de combustibles líquidos nafta, gasolina, biocombustible incluye grasas, lubricantes y aceites, gases licuados de petróleo, butano y propano.	6
G4662	VENTA AL POR MAYOR DE METALES Y MINERALES METALÍFEROS.	4
G4662.01	Venta al por mayor de minerales metalíferos ferrosos y no ferrosos; incluye la venta al por mayor de metales ferrosos y no ferrosos en formas primarias.	6
G4662.02	Venta al por mayor de productos semiacabados de metales ferrosos y no ferrosos n.c.p.	6
G4662.03	Venta al por mayor de oro y otros metales preciosos.	6
G4663	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN, ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, EQUIPO, MATERIALES DE FONTANERÍA (PLOMERÍA O GASFITERÍA) Y CALEFACCIÓN.	4
G4663.11	Venta al por mayor de madera no trabajada (en bruto) y productos de la elaboración primaria de madera: tableros aglomerados.	6
G4663.12	Venta al por mayor de pintura, barnices y lacas.	6
G4663.13	Venta al por mayor de materiales de construcción: piedra, arena, grava, cemento, etcétera.	6
G4663.14	Venta al por mayor de papel tapiz y revestimiento de pisos (baldosas, linóleo).	6
G4663.15	Venta al por mayor de vidrio plano y espejos.	6
G4663.21	Venta al por mayor de artículos de ferreterías y cerraduras: martillos, sierras, destornilladores, y otras herramientas de mano, accesorios y dispositivos; cajas fuertes, extintores.	6

G4663.22	Venta al por mayor de aparatos, accesorios de calefacción y calentadores de agua.	6
G4663.23	Venta al por mayor de equipo sanitario y fontanería (bañeras, inodoros, lavabos tocadores y otra porcelana sanitaria) incluye artículos para la instalación sanitaria: tubos, tuberías, accesorios, grifos, derivaciones, conexiones, tuberías de caucho, etcétera.	6
G4669	VENTA AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS, DESECHOS, CHATARRA Y OTROS PRODUCTOS N.C.P.	4
G4669.1	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS QUÍMICOS.	5
G4669.11	Venta al por mayor de productos químicos industriales: anilina, tinta de impresión, aceites esenciales, gases industriales (oxígeno), pegamento químico, colorantes, resina sintética, metanol, parafina, aromatizantes y potenciadores del sabor, soda cáustica, sal industrial, ácidos y sulfuros, derivados de almidón, etcétera.	6
G4669.12	Venta al por mayor de abonos y productos químicos de uso agrícola.	6
G4669.2	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS SEMIELABORADOS.	5
G4669.21	Venta al por mayor de materiales plásticos en formas primarias, caucho, fibras textiles, etcétera.	6
G4669.22	Venta al por mayor del papel y cartón.	6
G4669.23	Venta al por mayor de piedras preciosas, productos abrasivos y otros minerales.	6
G4669.3	VENTA AL POR MAYOR DE DESECHOS Y DESPERDICIOS.	5
G4669.30	Venta al por mayor de desperdicios y desechos, chatarra metálica y de materiales para el reciclado, incluido la recolección, clasificación, separación y el desguace de productos usados, como: automóviles, ordenadores, aparatos de televisión y otros tipos de equipo, para obtener partes y piezas reutilizables. El embalaje y reembalaje, almacenamiento y entrega, aunque sin un proceso de transformación real. Además, los materiales comprados y vendidos tienen un valor remanente.	6
G4669.4	Venta al por mayor de otros productos metálicos elaborados.	5
G4669.40	Venta al por mayor de otros productos metálicos elaborados, (excepto maquinaria y equipo), excepto los prestados a comisión o por contrato.	6
G469	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADOS.	3
G4690	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS NO ESPECIALIZADO.	4
G4690.0	VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADO.	5
G4690.00	Venta al por mayor de diversos productos sin especialización.	6

Clasificación G.47 Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	
G471	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	3
G4711	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS CON PREDOMINIO DE LA VENTA DE ALIMENTOS, BEBIDAS O TABACO.	4
G4711.0	VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS CON PREDOMINIO DE LA VENTA DE ALIMENTOS, BEBIDAS O TABACO.	5
G4711.01	Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	6
G4711.02	Venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.	6
G4719	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	4
G4719.0	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS.	5
G4719.00	Venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, actividades de venta de: prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, artículos de joyería y bisutería, juguetes, artículos de deporte, etcétera.	6
G472	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G4721	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4721.0	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4721.01	Venta al por menor de frutas, legumbres y hortalizas frescas o en conserva en establecimientos especializados.	6
G4721.02	Venta al por menor de lácteos en establecimientos especializados.	6
G4721.03	Venta al por menor de huevos en establecimientos especializados.	6
G4721.04	Venta al por menor de pescado, crustáceos, moluscos y productos de la pesca en establecimientos especializados.	6
G4721.05	Venta al por menor de productos de panadería, confitería y repostería en establecimientos especializados.	6

G4721.06	Venta al por menor de carne y productos cárnicos (incluidos los de aves de corral) en establecimientos especializados.	6
G4721.09	Venta al por menor de otros productos alimenticios en establecimientos especializados.	6
G4722	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4722.0	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4722.01	Venta al por menor de bebidas no alcohólicas (no destinadas al consumo en el lugar de venta) en establecimientos especializados, bolos, helados, hielo, etcétera.	6
G4722.02	Venta al por menor de bebidas alcohólicas (no destinadas al consumo en el lugar de venta) en establecimientos especializados.	6
G4723	VENTA AL POR MENOR DE TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4723.0	VENTA AL POR MENOR DE TABACO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4723.00	Venta al por menor de tabaco y productos de tabaco en establecimientos especializados.	6
G473	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G4730	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4730.0	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS MOTORIZADOS Y MOTOCICLETAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4730.01	Venta al por menor de combustibles para vehículos automotores y motocicletas en establecimientos especializados.	6
G4730.02	Venta al por menor de productos lubricantes y refrigerantes para vehículos automotores en establecimientos especializados.	6
G474	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G4741	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORES, EQUIPO PERIFÉRICO, PROGRAMAS INFORMÁTICOS Y EQUIPO DE TELECOMUNICACIONES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4741.1	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORES, EQUIPO DE TELECOMUNICACIÓN, EQUIPO PERIFÉRICO, PROGRAMAS INFORMÁTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4741.11	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico computacional en establecimientos especializados.	6
G4741.12	Venta al por menor de programas informáticos no personalizados, incluidos videojuegos, incluye consolas de videojuegos en establecimientos especializados.	6
G4741.13	Venta al por menor de equipos de telecomunicaciones: celulares, tubos electrónicos, etcétera. Incluye partes y piezas en establecimientos especializados.	6

G4742	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE SONIDO Y VÍDEO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4742.0	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE SONIDO Y VÍDEO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4742.00	Venta al por menor de equipos de: radio, televisión y estereofónicos, reproductores y grabadores de CD y DVD en establecimientos especializados.	6
G475	VENTA AL POR MENOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G4751	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4751.0	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4751.01	Venta al por menor de telas, lanas y otros hilados para tejer, artículos de mercería (agujas e hilo de coser) en establecimientos especializados.	6
G4751.02	Venta al por menor de artículos textiles: sábanas, toallas, juegos de mesa y otros artículos textiles; materiales básicos para hacer alfombras, tapices o bordados en establecimientos especializados.	6
G4752	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4752.0	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4752.01	Venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en general, equipo y materiales de prefabricados para armado casero (equipo de bricolaje); alambres y cables eléctricos, cerraduras, montajes y adornos, extintores, segadoras de césped de cualquier tipo, etcétera en establecimientos especializados.	6
G4752.02	Venta al por menor de pinturas, barnices y lacas en establecimientos especializados.	6
G4752.03	Venta al por menor de vidrio plano y espejos en establecimientos especializados.	6
G4752.04	Venta al por menor de materiales de construcción como: ladrillos, ripio, cemento, madera, etcétera en establecimientos especializados.	6
G4752.05	Venta al por menor de equipo sanitario y material de fontanería: cañerías, conexiones, tuberías de caucho, accesorios, grifos y material de calefacción y calefones en establecimientos especializados.	6
G4752.09	Venta al por menor especializada de otros artículos de ferretería: saunas (baños de calor seco y vapor), artículos de plástico y de caucho, etcétera en establecimientos especializados.	6
G4753	VENTA AL POR MENOR DE TAPICES, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS PARA PAREDES Y PISOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4753.0	VENTA AL POR MENOR DE TAPICES, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS PARA PAREDES Y PISOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4753.01	Venta al por menor de alfombras, tapices, moquetas, cortinas, visillos y tapetes en establecimientos especializados.	6

G4753.02	Venta al por menor de papel tapiz y revestimientos de pisos en establecimientos especializados.	6
G4759	VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELÉCTRICOS DE USO DOMÉSTICO, MUEBLES, EQUIPO DE ILUMINACIÓN Y OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4759.0	VENTA AL POR MENOR DE MUEBLES, ARTÍCULOS Y EQUIPOS DE USO DOMÉSTICO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4759.01	Venta al por menor de muebles de uso doméstico, colchones y somieres en establecimientos especializados.	6
G4759.02	Venta al por menor de artículos de iluminación en establecimientos especializados.	6
G4759.03	Venta al por menor de utensilios de uso doméstico, cubiertos, vajilla, cristalería, plásticos y objetos de porcelana y de cerámica en establecimientos especializados.	6
G4759.04	Venta al por menor de artículos de madera, desechables, corcho y mimbre en establecimientos especializados.	6
G4759.05	Venta al por menor de electrodomésticos en establecimientos especializados: refrigeradoras, cocinas, microondas, etcétera.	6
G4759.06	Venta al por menor de instrumentos musicales y partituras en establecimientos especializados.	6
G4759.09	Venta al por menor de otros enseres y aparatos de uso doméstico n.c.p. incluido sistema de seguridad, como dispositivos de cierre, cajas de caudales, vidrios blindados y cajas fuertes, sin servicio de instalación ni de mantenimiento en establecimientos especializados	6
G476	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS CULTURALES Y RECREATIVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G4761	VENTA AL POR MENOR DE LIBROS, PERIÓDICOS Y ARTÍCULOS DE PAPELERÍA EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4761.0	VENTA AL POR MENOR DE LIBROS, PERIÓDICOS Y ARTÍCULOS DE PAPELERÍA EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4761.01	Venta al por menor de libros de todo tipo en establecimientos especializados.	6
G4761.02	Venta al por menor de periódicos en establecimientos especializados.	6
G4761.03	Venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimientos especializados.	6
G4762	VENTA AL POR MENOR DE GRABACIONES DE MÚSICA Y DE VÍDEO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4762.0	VENTA AL POR MENOR DE GRABACIONES DE MÚSICA Y DE VÍDEO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4762.00	Venta al por menor de discos de vinilo, cintas magnetofónicas, discos compactos y casetes de música, cintas de vídeo y DVD, cintas y discos en blanco en establecimientos especializados.	6
G4763	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE DEPORTE EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4763.0	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO DE DEPORTE EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5

G4763.00	Venta al por menor de artículos de deporte, de pesca y de acampada, embarcaciones y bicicletas en establecimientos especializados.	6
G4764	VENTA AL POR MENOR DE JUEGOS Y JUGUETES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4764.0	VENTA AL POR MENOR DE JUEGOS Y JUGUETES EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4764.00	Venta al por menor de juegos y juguetes de todos los materiales en establecimientos especializados.	6
G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	3
G4771	VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4771.1	VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4771.2	VENTA AL POR MENOR DE CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4771.11	Venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados.	6
G4771.12	Venta al por menor de accesorios de vestir como: guantes, corbatas, tirantes, incluye paraguas etc.. en establecimientos especializados.	6
G4771.21	Venta al por menor de calzado, material de zapatería (plantillas, taloneras, suela y artículos análogos) en establecimientos especializados.	6
G4771.22	Venta al por menor de artículos de cuero y sustitutos, incluido accesorios de viaje, excepto prendas de vestir en establecimientos especializados.	6
G4772	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MEDICINALES, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE TOCADOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4772.0	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, MEDICINALES Y ORTOPÉDICOS, PERFUMES, COSMÉTICOS Y DE USO PERSONAL EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4772.01	Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados.	6
G4772.02	Venta al por menor de productos naturistas en establecimientos especializados.	6
G4772.03	Venta al por menor de instrumentos y aparatos medicinales y ortopédicos en establecimientos especializados.	6
G4772.04	Venta al por menor de productos veterinarios en establecimientos especializados.	6
G4772.05	Venta al por menor de perfumes, artículos cosméticos y de uso personal en establecimientos especializados (pañales).	6
G4773	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4773.1	VENTA AL POR MENOR DE EQUIPO FOTOGRÁFICO, ÓPTICO Y DE PRECISIÓN EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4773.11	Venta al por menor de equipo fotográfico y de precisión, en establecimientos especializados.	6

G4773.12	Venta al por menor de equipo óptico y actividades de las ópticas en establecimientos especializados.	6
G4773.2	VENTA AL POR MENOR DE FLORES, PLANTAS, SEMILLAS, FERTILIZANTES, MASCOTAS Y ALIMENTO PARA MASCOTAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4773.21	Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales.	6
G4773.22	Venta al por menor de fertilizantes, balanceados y abonos en establecimientos especializados.	6
G4773.23	Venta al por menor de mascotas y alimento para mascotas en establecimientos especializados.	6
G4773.9	VENTA AL POR MENOR DE OTRAS MERCANCIAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4773.91	Venta al por menor de recuerdos, sellos, monedas, artículos religiosos y artesanía en establecimientos especializados.	6
G4773.92	Actividades de galerías de arte comerciales en establecimientos especializados.	6
G4773.93	Venta al por menor de fuel, gas en bombonas, carbón y leña para uso doméstico en establecimientos especializados.	6
G4773.94	Venta al por menor de relojes y joyas en establecimientos especializados.	6
G4773.95	Venta al por menor de recargas y tarjetas electrónicas en establecimientos especializados.	6
G4773.96	Venta al por menor de productos para fiestas infantiles en establecimientos especializados.	6
G4773.99	Venta al por menor de productos no alimenticios n.c.p.: materiales de limpieza, armas y municiones, etcétera, en establecimientos especializados.	6
G4774	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE SEGUNDA MANO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4
G4774.0	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE SEGUNDA MANO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5
G4774.01	Venta al por menor de libros de segunda mano en establecimientos especializados.	6
G4774.02	Venta al por menor de antigüedades en establecimientos especializados.	6
G4774.09	Otros tipos de actividades de venta al por menor de artículos de segunda mano, usados, incluidas actividades de casas de subastas de estos artículos en establecimientos especializados.	6
G478	VENTA AL POR MENOR EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	3
G4781	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	4
G4781.0	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	5
G4781.00	Venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en puestos de venta o mercados.	6

G4782	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	4
G4782.0	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	5
G4782.00	Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados.	6
G4789	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	4
G4789.0	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS.	5
G4789.00	Venta al por menor de otros artículos en puestos de venta o mercado como: alfombras, tapices, libros, juegos y juguetes, aparatos electrodomésticos grabaciones de música, video, etcétera.	6
G479	VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	3
G4791	VENTA AL POR MENOR POR CORREO Y POR INTERNET.	4
G4791.0	VENTA AL POR MENOR DE CUALQUIER TIPO DE PRODUCTO POR CORRESPONDENCIA O INTERNET.	5
G4791.00	Venta al por menor de cualquier tipo de producto por correo, por internet, incluido subastas por internet, catálogo, teléfono, televisión y envío de productos al cliente.	6
G4799.01	Venta al por menor de cualquier tipo de producto no realizada en almacenes ni puestos de mercado: venta directa o por vendedores a domicilio incluido la venta mediante máquinas expendedoras, etcétera.	6
G4799	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR NO REALIZADAS EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	4
G4799.0	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR NO REALIZADAS EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS.	5
G4799.02	Venta al por menor por comisionistas (no dependientes de comercios); Incluye actividades de casas de subastas (al por menor).	6
G4799.03	Venta directa de combustibles (combustible de calefacción, leña, etcétera) con entrega en el domicilio del cliente.	6