



Universidad de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas

Tesis presentada como requisito para optar por el título de

Contador Público Autorizado

Tema:

**“Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños
comerciantes en Guayaquil”**

Autora:

Ruth Ivonne Chalen Segarra

Tutor:

C.P.A. Patricio Buendía Noroña

Guayaquil, Abril 2017



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO: Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil

AUTORA: Ruth Ivonne Chalen Segarra

REVISORES: C.P.A. Erika Quiñonez Alvarado, Mgs
Ing. Katia Del Rocio Ruiz Molina

INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil

FACULTAD: Ciencias Administrativas

CARRERA: Contaduría Pública

FECHA DE PUBLICACIÓN:

Nº DE PÁGS.:

ÁREA TEMÁTICA: Administración

PALABRAS CLAVES: Capacitación, tributación, pequeños comerciantes, eficiencia, programa

RESUMEN: Esta investigación analiza la implementación de plan de capacitación contable y tributaria de pequeños comerciantes para ayudar a fortalecer los conocimientos en dichas áreas. Para llevar a cabo este análisis, se realizó una investigación descriptiva-explicativa con un método cualitativo. Se tomó como muestra a un grupo de comerciantes del Mercado de Artículos varios (Cuatro Manzanas) de la ciudad de Guayaquil y mediante encuestas personales se obtuvo como resultado que desconocían ciertos temas tributarios y contables o estaban desactualizados con estos temas, pero si se puede confirmar que en su mayoría estaban acogidos al RISE y que muy pocos al RUC, se ha conocido las capacitaciones que han recibido las mismas que no han podido concluir por falta de tiempo. Por ello se recomienda realizar la implementación tomando en cuenta los resultados y análisis de las entrevistas, para poder elaborar un buen plan de capacitación que llegue a cumplir todas las expectativas puestas en este proyecto.

Nº DE REGISTRO(en base de datos):

Nº DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF

SI

☒

NO

☐

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Teléfono: 2466861 - 0985600772

E-mail: ruth_chalen90@hotmail.com

CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN

Nombre: Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil

Teléfono: 2287072

E-mail: ug.edu.ec

Reporte de resultado de antiplagio

Documento: [Tesis_Ruth_Ivonne_Chalen_Segarra.docx](#) (D25246359)

Presentado: 2017-01-24 18:15 (-05:00)

Recibido: juan.lopez.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: Tesis de Grado para pasar Urkund [Mostrar el mensaje completo](#)

4% de esta aprox. 43 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 9 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Marcello Granoble, Edwin Leonardo.pdf
	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO base legal.docx
	1.- MERCADO MINORISTA - TESIS imprimir.docx
	1422304336_720_DERECHO%252BMERCANTIL%252BFINAL.docx
	http://www.desarrolloamazonico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/0...

99% # 27 Activo

y complementaria de la

ordenanza de mercados municipales y de las zonas de espacio público destinados para el funcionamiento de mercados informales y ferias libres"

1.5.4.1 ÁMBITO DE APLICACIÓN Art. 1_ La presente Ordenanza regulará

las

prestación de los servicios de abastecimientos y comercialización de productos alimenticios y mercancías que se puedan expender, a través de los Mercados Municipales que se encuentren en funcionamiento, o los que se autoricen, integren o construyan dentro del Cantón Guayaquil.

Art.2.- El área de prestación de servicio de abastecimiento y comercialización en los Mercados Municipales comprenderá únicamente los espacios interiores de las construcciones destinadas para este fin, y se sujetarán a las disposiciones del Reglamento de Mercados Municipales. Art.3.- Los espacios exteriores comprendidos dentro del área de influencia a los mercados, se regularán por las normas contempladas

en la Ordenanza para el Entorno de los Mercados Municipales 1.5.4.2

LOS MERCADOS MUNICIPALES

Archivo de registro Urkund: UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO / Marcello Gra... 99%

Y COMPLEMENTARIA DE LA

ORDENANZA DE MERCADOS MUNICIPALES Y DE LAS ZONAS DE ESPACIO PÚBLICO DESTINADOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE MERCADOS INFORMALES Y FERIAS LIBRES"

ÁMBITO DE APLICACIÓN Art. 1_ La presente Ordenanza regulará

las

prestación de los servicios de abastecimientos y comercialización de productos alimenticios y mercancías que se puedan expender, a través de los Mercados Municipales que se encuentren en funcionamiento, o los que se autoricen, integren o construyan dentro del Cantón Guayaquil.

Art.2.- El área de prestación de servicio de abastecimiento y comercialización en los Mercados Municipales comprenderá únicamente los espacios interiores de las construcciones destinadas para este fin, y se sujetarán a las disposiciones del Reglamento de Mercados Municipales. Art.3.- Los espacios exteriores comprendidos dentro del área de influencia a los mercados, se regularán por las normas contempladas

en la Ordenanza para el Entorno de los Mercados Municipales 1.5.2

LOS MERCADOS MUNICIPALES

Para fines académicos, **CERTIFICO** que el trabajo de titulación “**Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil.**” perteneciente a la estudiante, **Ruth Ivonne Chalen Segarra** tiene 4 % de similitud según el informe del **sistema de coincidencias URKUND**.

LIC. CPA. Patricio Buendía Noroña

Tutor

Certificación del tutor

Habiendo sido nombrado, LIC. CPA Patricio Buendía Noroña, como tutor de tesis de grado como requisito para optar por título de Contador Público Autorizado presentado por la egresada:

RUTH IVONNE CHALEN SEGARRA CON C.I # 0930329693

TEMA: “Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil”

Certifico que: He revisado y aprobado en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

LIC. CPA. Patricio Buendía Noroña

C.I: 0916225980

Tutor de tesis

Renuncia de Derechos de Autor

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de **Ruth Ivonne Chalen Segarra, CON C.I. #0930329693.**

Cuyo tema es:

“Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil”

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Ruth Ivonne Chalen Segarra

CI. 0930329693

Guayaquil, Abril 2017

Dedicatoria

Dedico este trabajo a:

Mi esposo, quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante. Su cariño, comprensión y paciente espera para que pudiera terminar mi tesis son evidencia de su gran amor.

Mi hijo que ha sido mi mayor motivación para no rendirme y llegar a ser un ejemplo para él.

Mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi vida personal y ahora profesional, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ustedes.

Agradecimiento

Mi agradecimiento a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A la Universidad de Guayaquil por haberme abierto las puertas y permitirme formarme como profesional.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles sus consejos, apoyo y compañía en los momentos difíciles. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por sus bendiciones.



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada



“Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil.”

Autora: Ruth Ivonne Chalen Segarra

Tutora: C.P.A. Patricio Buendía Noroña

Resumen

Esta investigación analiza la implementación de plan de capacitación tributaria de pequeños comerciantes para ayudar a fortalecer los conocimientos en dichas áreas. Para llevar a cabo este análisis, se realizó una investigación descriptiva-explicativa con un método cualitativo. Se tomó como muestra a un grupo de comerciantes del Mercado de Artículos varios (Cuatro Manzanas) de la ciudad de Guayaquil y mediante encuestas personales se obtuvo como resultado que desconocían ciertos temas tributarios o estaban desactualizados con estos temas, pero si se puede confirmar que en su mayoría estaban acogidos al RISE y que muy pocos al RUC, se ha conocido las capacitaciones que han recibido las mismas que no han podido concluir por falta de tiempo. Por ello se recomienda realizar la implementación tomando en cuenta los resultados y análisis de las entrevistas, para poder elaborar un buen plan de capacitación que llegue a cumplir todas las expectativas puestas en este proyecto.

Palabras claves: Capacitación, tributación, pequeños comerciantes, eficiencia, programa



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Contaduría Pública Autorizada



“Study to implement tax training for small traders in Guayaquil.”

Autora: Ruth Ivonne Chalen Segarra

Tutora: C.P.A. Patricio Buendía Noroña

Abstract

This research analyzes the implementation of tax training plan for small traders to help strengthen knowledge in these areas. To carry out this analysis, a descriptive-explanatory research was carried out with a qualitative method. A group of merchants from the Mercado de Artículos varios (Cuatro Manzanas) from the city of Guayaquil was taken as a sample and through personal surveys it was obtained as a result that they did not know certain tributary issues or were outdated with these issues, but if it can be confirmed Which were mostly hosted by the RISE and very few to the RUC, the trainings have been known that have received the same that have not been able to conclude due to lack of time. Therefore it is recommended to carry out the implementation taking into account the results and analysis of the interviews, to be able to elaborate a good training plan that meets all the expectations set in this project.

Keywords: Training, taxation, small traders, efficiency, program

Tabla de contenido

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA	ii
Reporte de resultado de antiplagio	iii
Certificación del tutor	iv
Renuncia de Derechos de Autor.....	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Tabla de contenido	x
Índice de tablas	xv
Índice de figuras	xvi
Introducción	1
Capítulo 1	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Árbol del problema	4

1.3 Formulación del problema	4
1.3.1 Formulación.	4
1.3.2 Sistematización.	5
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivo General.	5
1.4.2 Objetivos Específicos.	5
1.5 Justificación del Proyecto	6
1.5.1 Justificación Teórica.	6
1.5.2 Justificación Metodológica.	7
1.5.3 Justificación Práctica.	7
1.6 Delimitación	8
1.7 Hipótesis General	9
1.7.1 Operacionalización de las variables.	9
Capítulo 2	10
2.1 Marco de Referencia	10
2.1.1 Antecedentes de la investigación.	10
2.2 Marco Teórico	11

2.2.1 Tributos.	11
2.2.2 Capacitación.	11
2.2.3 La comercialización.	12
2.2.4 Administración Tributaria.	12
2.2.5 Cultura tributaria.	13
2.2.6 Comerciantes informales.	13
2.2.6 Periodo de declaración del IVA.	13
2.2.7 Tasa de interés por mora tributaria.	14
2.3 Marco Conceptual.	16
2.3.1 Asesoramiento.	16
2.3.2 Capacitación.	16
2.3.3 Comerciantes.	16
2.3.4 Mercado.	16
2.3.5 Registro Único del Contribuyente (RUC).	17
2.3.6 Impuesto al Valor Agregado (IVA).	18
2.4 Marco Contextual.	18
2.5 Marco Legal.	18

2.5.1 Constitución de la República del Ecuador, 2008.	18
2.5.2 Plan Del Buen Vivir (2013-2017).	20
2.5.3 M. I. Concejo Cantonal De Guayaquil.	22
2.5.4 Código De Comercio.....	27
2.5.5. Libro Primero De Los Comerciantes Y Agentes De Comercio.	28
Capítulo 3	29
3.1 Metodología de la Investigación	29
3.1.1 Tipo de Investigación.	29
3.1.2 Diseño de la Investigación.	29
3.1.3 Técnicas e instrumentos de Investigación.	30
3.1.4 Recolección y procesamiento de la Investigación.	31
3.1.5 Población.	31
3.1.6 Muestra.....	31
3.1.7 Encuesta.	33
3.1.8 Entrevistas.	33
3.1.9 Análisis de los resultados.	33
Capítulo 4	46

4.1 Propuesta	46
Plan de capacitación de los comerciantes del Mercado de artículos varios.	46
4.2. Visión	46
4.3 Misión	47
4.4 Disponibilidad de Recursos.....	47
4.5 Centro de capacitación	48
4.6 Necesidades del mercado	50
4.7 Análisis FODA.....	51
4.8 Funciones del centro de capacitación.....	52
4.9 Elaborar el programa de capacitación	52
4.10 Cronograma de capacitaciones.....	53
4.11 Efectos de la propuesta.....	54
Conclusiones	56
Recomendaciones.....	57
Referencias Bibliográficas	58

Índice de tablas

Tabla 1: Nivel de Educación	34
Tabla 2: Obligaciones Tributarias	35
Tabla 3: Pago Impuesto	36
Tabla 4: Ingresos y Egresos	37
Tabla 5: Declaraciones	38
Tabla 6: Institución Recaudadora	39
Tabla 7: Comprobantes	40
Tabla 8: Control Tributario	41
Tabla 9: Capacitaciones adquiridas	42
Tabla 10: Temas para capacitación	43
Tabla 11: Recursos	47
Tabla 12: Cronograma de capacitaciones	54
Tabla 13: Proyección	55

Índice de figuras

Figura 1: Árbol del Problema.....	4
Figura 2: Croquis del Mercado de Artículos Varios. Tomado de: Google Map (2017)	8
Figura 3: Estructura de las variables	9
Figura 4: Mora tributaria. Tomado de Banco Central del Ecuador.....	14
Figura 5: Beneficios tributarios. Tomado de Servicio de Rentas Internas.....	15
Figura 6: Nivel de educación	34
Figura 7: Obligaciones tributarias.....	35
Figura 8: Cumplimiento de obligación	36
Figura 9: Registro de Ingresos y egresos	37
Figura 10: Presupuestos	38
Figura 11: Instituciones recaudadoras.....	39
Figura 12: Comprobantes.....	40
Figura 13: Controles tributarios	41
Figura 14: Capacitaciones recibidas.....	42

Figura 15: Temas a reforzar capacitación43

Figura 16: Proyección55

Introducción

La presente investigación es el Estudio para implementar capacitación contable y tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil. En la cual se van analizar dichos conocimientos en el mercado de artículos varios (Cuatro Manzanas) por medio de estudios descriptivos y cuantitativos, que consistirán en elaboración de encuestas que se realizara a los comerciantes, con las mismas que vamos a identificar, cuáles son las delimitaciones y amenazas del desconocimiento contable y tributario que evidencia la falta de conocimiento de leyes tributarias.

Tenemos como inicio los antecedentes de la investigación que se procederá a elaborar.

El Capítulo I contiene las definiciones que ayudan en el desarrollo de la investigación.

En el desarrollo del Capítulo II se presenta la metodología de estudio, encuestas y entrevistas que se realizan para obtener información.

En el desarrollo del Capítulo III se llevara a cabo en análisis de dicho datos obtenidos en el Capítulo II. Con dicha información se realizaran las conclusiones y recomendaciones para ayudar a los comerciantes en sus gestiones contables y tributarias

Capítulo 1

1.1 Planteamiento del problema

Los sistemas tributarios inadecuados, la evasión y la elusión de impuestos, cuestan a América Latina miles de millones de dólares en ingresos tributarios perdidos, cantidades que podrían y deberían invertirse en luchar contra la pobreza y la desigualdad. El incremento de los ingresos por impuestos es clave para la inversión gubernamental, como el acceso a bienes públicos de calidad, en educación, salud, transporte, infraestructura y otros (Naciones Unidas, CEPAL, 2016).

En el caso del Ecuador, más del 50% de Presupuesto General es financiado por los ingresos tributarios recaudados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), Servicio Nacional de Aduana de Ecuador (SENAE), estos constituyen una herramienta fundamental para alcanzar los objetivos del modelo de desarrollo nacional, contribuyen además a la sostenibilidad de las finanzas públicas, para que el Gobierno promueva y dinamice la economía. La política fiscal articula el modelo de desarrollo interno expresado en la Constitución de la República y en el Plan Nacional del Buen Vivir que buscan la igualdad, inclusión y equidad social (SRI, Servicio de Rentas Internas, 2008).

(Adrianzén, 2015) Sostiene que la informalidad tributaria es consecuencia de la inexperiencia administrativa, esto acarrea el incumplimiento o pago parcial de los impuestos perjudicando a los comerciantes formales con tasas de presión tributaria para alcanzar las metas de recaudación.

En concordancia, los comerciantes informales debido a su desconocimiento en gestión administrativa no planifican el pago de tributos perjudicando sobremanera al estado, aun cuando

el Servicio de Rentas Internas creó dos regímenes un general y otro simplificado para facilitar el pago por parte las personas naturales y la recaudación efectiva de los impuestos.

En la ciudad de Guayaquil la investigación se centrara en el mercado que detallo a continuación:

El mercado de Artículos Varios conocido también como “las cuatros manzanas”, es uno de los centros comerciales populares más visitados por quienes buscan la economía familiar. Existen variedad de productos, se encuentra ubicado en el centro de la urbe porteña lo que lo hace accesible a todos los rincones de la ciudad (M.I. Municipalidad de Guayaquil, 2014). Los comerciantes de este populoso establecimiento forman parte del grupo de informales, desconocen las obligaciones tributarias que deben cumplir al iniciar una actividad comercial, no planifican el crecimiento de su negocio, por lo que este surge de manera improvisada. Es importante crear programas de capacitación, guías que ayuden a este sector a ser parte de los contribuyentes activos.

1.2 Árbol del problema



Figura 1: Árbol del Problema

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Formulación.

- ¿Cuál es la incidencia de la falta de capacitación, en el área tributaria de aplicación de técnicas o mecanismos de los pequeños comerciantes del mercado de artículos varios?

1.3.2 Sistematización.

- ¿Cuántas personas laboran en el mercado de artículos varios?
- ¿Cuáles son los problemas presentados por la falta de conocimientos en temas de tributación?
- ¿Cómo se desarrolla actualmente el comercio en el mercado de artículos varios?
- ¿Cómo se desarrolla la gestión tributaria en el mercado de artículos varios?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General.

Implementar el plan de capacitación para fortalecer la gestión tributaria de los pequeños comerciantes del mercado de artículos varios de la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Identificar el porqué del desconocimiento sobre el tema de tributación de los comerciantes del Mercado de Artículos Varios
- Realizar diagnósticos de niveles de conocimientos de gestión tributaria de los pequeños comerciantes.
- Determinar los problemas que se les ha presentado a los comerciantes.
- Desarrollar el plan de capacitación tributaria

1.5 Justificación del Proyecto

1.5.1 Justificación Teórica.

Se desarrolló el presente trabajo teóricamente, ya que se desea determinar cuanto a afectado que los comerciantes asociados al mercado de artículos varios no tengan conocimientos sobre tributación, se pretende con este estudio coadyuvar a cumplir estas metas, lo cual no les ha permitido que desarrollen sus actividades comerciales de una manera correcta, además debido a que desde el año 2013 se ha fomentado el Plan Nacional del Buen Vivir, donde una de sus estrategias es regular la economía de los establecimientos comerciales a nivel nacional, no han podido fomentar este plan.

El trabajo de investigación va a contar con la suficiente fundamentación científica basada en especialistas y estudios relacionados con el tema de investigación, para lo cual se va a recurrir a textos bibliográficos, páginas web de reconocidos autores sobre la temática, especialmente a tratar, así como también a otras fuentes primarias y secundarias a fin de poder sustentar y fundamentar de mejor manera el trabajo de investigación.

El objetivo general se mantiene el mismo que estuvo planteado en el anteproyecto por ser correcto. En los objetivos específicos de la Tesis, fue planteado el desarrollar el plan de capacitación por competencias y elaborar los procesos de implementación del plan de capacitación.

En la tesis se profundiza el planteamiento del problema, marcando una diferencia con el anteproyecto de investigación y manteniéndose la formulación del problema.

1.5.2 Justificación Metodológica.

Para el presente trabajo se ha contado con una metodología investigativa, que desarrolla el tipo, diseño, técnicas e instrumentos de investigación, esto permite un uso correcto de los procesos de indagación, cumpliendo con los requerimientos del trabajo, para proceder a realizar esta investigación será necesario establecer una población y una muestra, que son el grupo determinado de personas a las cuales la autora le realizará la investigación.

En el trabajo de investigación se van a utilizar los métodos y técnicas pertinentes para este tipo de investigación, en las cuales se van a utilizar los métodos deductivos, inductivos y de análisis, también se realizaran entrevistas, encuestas y observaciones, se tomara como universo todo el mercado y por muestras todos los comerciantes.

1.5.3 Justificación Práctica.

El presente trabajo permitirá a la autora del mismo, conocer como desarrollan los asociados al mercado de artículos varios sus actividades comerciales, aun sin tener conocimientos sobre temas de contabilidad y tributación, los cuáles son muy importante en toda actividad comercial.

Además el desconocimiento de este tema no permite fomentar el Plan Nacional del Buen Vivir relacionados a aspectos comerciales.

Este trabajo permitirá tomarlo como guía para la realización de otros trabajos, que cuentan con temas enfocados de manera similar, buscando una mejora de resultados en el área establecida.

El presente trabajo permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos en la facultad de ciencias administrativas en la carrera de contador público autorizado, como además ayudará a contribuir a solucionar un problema socioeconómico desde el punto de vista de la capacitación, para fortalecer los conocimientos de los pequeños comerciantes del mercado de artículos varios.

Por su aporte al campo y de la bahía desde el punto científico y académico de la administración contable y tributaria para pequeños comerciantes y estudiantes universitarios.

1.6 Delimitación

El Mercado de artículos varios donde se va a desarrollar la investigación se encuentra ubicado en las calles Juan Pío Montufar, Franco Dávila y 6 de Marzo como se observa en la ilustración a continuación:

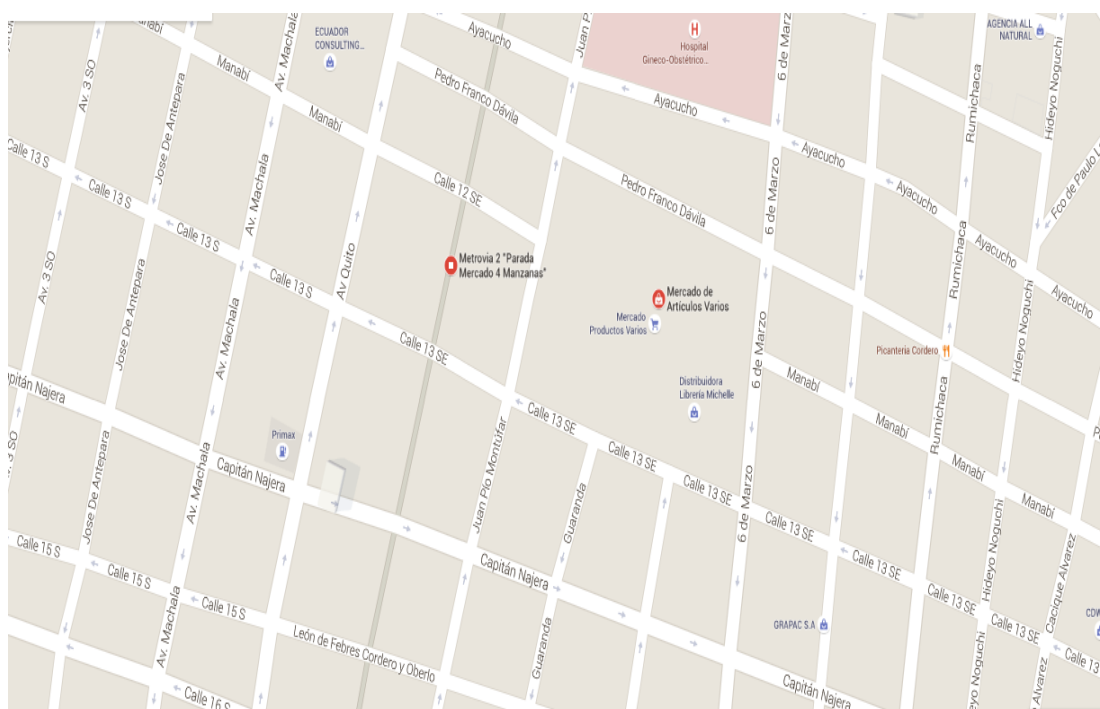


Figura 2: Croquis del Mercado de Artículos Varios. Tomado de: Google Map (2017)

1.7 Hipótesis General

La falta de capacitaciones en la administración de su microempresas, son las causas de la deficiencia de las gestiones tributarias de los comerciantes, lo que ha incidido en los gastos extras que tienen que invertir para realizarlas.

Con la implementación de capacitar se fortalecerá significativamente la gestión tributaria de los pequeños comerciantes de la ciudad de Guayaquil.

- **Variable Independiente:** Desconocimiento de las Gestión Tributaria
- **Variable Dependiente:** Pequeños comerciantes

1.7.1 Operacionalización de las variables.

Variables	Deficion conceptual	Definicion operativa	Dimensiones	Indicadores	Items o preguntas	Instrumentos
DEPENDIENTE: Desconocimiento de las Gestiones tributarias	Se entiende por Gestiones tributarias a la realizacion de actividades que se necesitan para administrar un negocio.	Es la utilizacion que los comerciantes daran al ejecutar los procesos aprendidos	Conocimiento	Basico, Tecnico y Avanzado	¿Quién le lleva a usted sus gestiones tributaria? ¿Conoce usted los presupuestos que contablemente se deben realizar?	ENTREVISTAS Dirigida a Expertos en dichas areas y ENCUESTAS Dirigido a los comerciantes
			Destrezas	Realizar manejos tributarios		
INDEPENDIENTE: Plan capacitación	Esta comprende en instruir a los pequeños comerciantes	Instruir a los pequeños comerciantes	Grado de conocimiento	1. Definicion de capacitacion 2. Objetivos 3. Funciones	¿Cuáles cree usted que son los conocimientos a nivel de Tributario que debe tener un comerciante? ¿Cuál es la clave para hacer exitoso un negocio?	

Figura 3: Estructura de las variables

Capítulo 2

2.1 Marco de Referencia

2.1.1 Antecedentes de la investigación.

(Moran, 2006) Realizó un trabajo de investigación denominado Proyecto de Creación de una empresa de Asesoría Contable, Tributaria y Financiera para Pymes, fue basada en el sector de pequeñas y medianas empresas en Ecuador para mejorar su competitividad e incrementar su participación en el comercio y llegaron a la conclusión que el proyecto contaba con los recursos para la ejecución de cualquier tipo de asesoría dando beneficios y crecimiento en su entorno económico.

Como nos indican: (Donato, Roa, Hernandez, & Parra, 2012) en su Proyecto de Asesoría Contable en la ciudad de Bogotá. “Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades”, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona.

(Robayo, 2014) Realizo un trabajo de creación de la empresa de consultora tributaria y financiera ROBAYO Y ASOCIADOS CIA. LTDA., que tuvo como finalidad asesorar a los contribuyentes no obligados a llevar contabilidad. “La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una determinada tarea, y lo que sabe realmente.”

Estos proyectos son el modelo de investigación, ya que poseían parámetros claves para el desarrollo, tales como; conceptos básicos y guía para crear un programa de capacitación,

estrategias que quería lograr con su programa. Todos estos parámetros están ligados para desde ahí crear un plan de fácil uso y que sirva de instrumento para desarrollar programas de capacitación en cualquier periodo.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Tributos.

Los recursos que aportan los ciudadanos en forma de tributos financian las obras y proyectos administrados por el gobierno, asegurando la igualdad, la equidad y la redistribución de la riqueza (SRI, Servicio de Rentas Internas, 2008) Cuando se habla de equidad el Estado solventa el gasto público a través del presupuesto del estado asegurando la prestación de un servicio salud, educación, infraestructura y otros, garantizando el buen vivir de la población. El impuesto constituye una seguridad individual para la protección de los habitantes a través de las obras públicas. Los impuestos representan el valor monetario con el que contribuyen los actores de la sociedad para cubrir los gastos que demanda el entorno social. Se manejan bajo el principio de la igualdad “quién tuviera la misma capacidad económica, en principio, debería pagar la misma cantidad de tributo que otro que tuviera esa misma capacidad económica” (Rivera, 2015). El principio de progresividad nos indica que mientras más capacidad económica tenga mayor será el valor a pagar.

2.2.2 Capacitación.

Esta actividad hace un cambio en conocimientos, habilidades y actitudes como una función educativa que satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras de preparación (Siliceo, 2004), conocido como un bien multifuncional para el cual el crecimiento económico no

es un fin sino un medio para acceder a mejor calidad de vida. (Gomez & Aleman, 2013). El conocimiento es fuente del desarrollo para orientarse en la actividad diaria, tanto en el orden teórico como práctico, es el cambio, evolución y desarrollo de la situación social. (Elenga, 2012)

2.2.3 La comercialización.

Comercialización son actividades para intercambiar bienes o servicios. Estas acciones son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (Miranda, Murgas, Karamañitis, & Chang, 2013). Así pues, si un producto o servicio satisface un deseo particular de una persona entonces es útil y valioso, puede merecer reciprocidad, también tiene valor en el intercambio, ese objeto de valor, se crea a través de la producción (Stanton, Etzel, & Walker, 2007) Se cumple la función principal de comprar en la cual se evalúan bienes y servicios para adquirirlos eligiendo el beneficioso para nosotros, y en la venta se promueve el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia. (Miranda, Murgas, Karamañitis, & Chang, 2013).

2.2.4 Administración Tributaria.

En nuestro país se emite reformas, así el cumplimiento tributario es complejo, obligando a los contribuyentes a una continua revisión de los aspectos tributarios como: la normativa legal, disposiciones, tipos de impuestos, formas de declaración y pago. (Panchi, 2013). Por tanto, el tributario, en una sociedad que busca una cultura tributaria y cumplimiento voluntario acorde a la normativa vigente, hace justificable la materia en la formación del perfil contable. Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información al Servicio de Rentas Internas

2.2.5 Cultura tributaria.

Comportamiento que adoptan los contribuyentes frente a la administración tributaria con sus deberes y derechos, se lo considera proceso que inicia con la educación tributaria y termina en la cultura tributaria. (Estevez, 2008)

2.2.6 Comerciantes informales.

Entendido como el tipo de comercio que no está regulado por las leyes y está caracterizado por no cumplir las normas establecidas por los entes reguladores de dicha actividad, esto significa que es ilegal, ante el estado. (Aghon, 2001)

2.2.6 Periodo de declaración del IVA.

Según lo publicado (Sri, Servicio de Rentas Internas, s.f):

Este impuesto se declara de forma mensual si los bienes que se transfieren o los servicios que se presten están gravados con tarifa 12-14%; y de manera semestral cuando exclusivamente se transfieran bienes o se presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, a menos que sea agente de retención de IVA (cuya declaración será mensual).

En el caso de importaciones, la liquidación del IVA se efectuará en la declaración de importación y su pago se realizará previo al despacho de los bienes por parte de la oficina de aduanas correspondiente.

En el caso de importaciones de servicios, el IVA se liquidará y pagará en la declaración mensual que realice el sujeto pasivo. El adquirente del servicio importado está obligado a emitir la correspondiente liquidación de compra de bienes y prestación de servicios y a efectuar la retención del 100% del IVA generado.

Se entiende que existen dos periodos de declaración el mensual y el semestral según corresponda, los que deben cumplir a cabalidad,

2.2.7 Tasa de interés por mora tributaria.

El interés anual por obligación tributaria no satisfecha equivaldrá a 1,5 veces la tasa activa referencial para noventa días determinada por el Banco Central del Ecuador, la tasa mensual de interés por mora tributaria a aplicarse en el segundo trimestre del año 2016 es la siguiente:

Período de vigencia: 1 de abril de 2016 – 30 de junio de 2016

Tasa de interés: 1,108% “

Tasas de Interés Trimestrales por Mora Tributaria											
En porcentajes											
AÑO / TRIMESTRE	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Enero – Marzo	0,824	0,904	1,340	1,143	1,149	1,085	1,021	1,021	1,021	1,024	1,140
Abril – Junio	0,816	0,860	1,304	1,155	1,151	1,081	1,021	1,021	1,021	0,914	1,108
Julio – Septiembre	0,780	0,824	1,199	1,155	1,128	1,046	1,021	1,021	1,024	1,088	
Octubre - Diciembre	0,804	0,992	1,164	1,144	1,130	1,046	1,021	1,021	0,983	1,008	

Figura 4: Mora tributaria. Tomado de Banco Central del Ecuador

2.2.8 Incentivos y beneficios tributarios por políticas públicas.

IMPUESTO	AHORRO INVERSIÓN	PRODUCTIVA EMPLEO	JUSTICIA REDISTRIBUTIVA EQUIDAD	PROVISIÓN DE BIENES Y SERVICIOS PÚBLICOS, Y RECIPROCIDAD	MEDIOAMBIENTAL Y OTROS OBJETIVOS
IMPUESTO A LA RENTA	26	26	19	8	
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS	4	2	2		
IMPUESTO A LAS TIERRAS RURALES		4	3	2	5
IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES		1	1	2	
IMPUESTO A LOS VEHÍCULOS MOTORIZADOS		3	1	4	
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	3	16	19	24	
IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR		2	3	5	2
IMPUESTO REDIMIBLE A LAS BOTELLAS PLÁSTICAS NO RETORNABLES			1	1	
Total general	33	54	49	46	7

Servicio de Rentas Internas, enero 2013

Figura 5: Beneficios tributarios. Tomado de Servicio de Rentas Internas

Los incentivos y beneficios adoptan diversas formas en el esquema de cálculo de los impuestos: exoneraciones o exenciones de rentas, consumos y determinados elementos patrimoniales; deducciones a la base imponible, tasas impositivas reducidas, crédito tributario, diferimiento de pago, etc.

Gasto tributario es el monto global de impuestos que dejan de recaudarse como consecuencia de estos beneficios e incentivos y constituirá un anexo de la proforma del Presupuesto General del Estado. Persigue finalidades: realizar una distribución de la obligación tributaria, atender situaciones que merecen una especial protección del Estado, promover determinadas conductas en el ámbito de la salud personal y ambiental, así como estimular el empleo y la inversión.

2.3 Marco Conceptual.

2.3.1 Asesoramiento.

Según García C. ,(2010)

“El asesoramiento es la acción y efecto de asesorar o asesorarse.” Este verbo hace referencia a dar o recibir consejo o dictamen.

2.3.2 Capacitación.

De acuerdo con Aguilar, (2004):

“La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador.” En otras palabras es enseñar algo desconocido por el capacitado.

2.3.3 Comerciantes.

“Se considerarán comerciantes a las personas que realicen el intercambio de bienes o servicios, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno.” Ediciones Legales, (2013)

2.3.4 Mercado.

“Conjunto de transacciones relacionadas con la compra y venta de bienes y servicios, y al entorno en que los compradores y vendedores de bienes y servicios efectúan dichas transacciones” Vidal, (2010)

2.3.5 Registro Único del Contribuyente (RUC).

“El Registro Único del contribuyente corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.” (SRI, Servicio de Rentas Internas, 2008)

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC tiene datos del contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

2.2.5 Régimen Impositivo Simplificado (Rise).

(SRI, Servicio de Rentas Internas, 2008) Informa:

“El Rise es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país”.

Se pueden incorporar al Régimen Simplificado a partir del 1 de agosto de 2008. Para inscribirse pueden hacerlo en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE, de esta manera disminuirá el tiempo de espera.

2.3.6 Impuesto al Valor Agregado (IVA).

El IVA grava al valor de la transferencia o importación de bienes muebles de naturaleza corporal, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto 14 y tarifa 0% (Sri, Servicio de Rentas Internas, 2008).

2.4 Marco Contextual

Este trabajo se está desarrollado para los Comerciantes Del Mercado de Artículos varios, que comercializan sus productos, destinados para diversos tipos de clientes, y con el objetivo de que conozcan la importancia en temas relacionados a la capacitación de contabilidad y tributación básica, y la importancia de este tema para un correcto desarrollo de las actividades comerciales.

2.5 Marco Legal

2.5.1 Constitución de la República del Ecuador, 2008.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

El artículo 66 que nos menciona los derechos de libertad nos lleva a conocer que toda persona puede realizar actividades económicas de acuerdo a sus posibilidades.

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento,

simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Este artículo indica que el Estado estará controlando las actividades económicas para evitar perjuicio en las transacciones y además definirá una política de precios para evitar monopolio, oligopolio y otras prácticas desleales.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

El artículo 336 indica que el Estado se encarga de brindarnos acceso a bienes y servicios de calidad asegurándose del cumplimiento de la ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

Este artículo trata del procedimiento que deben pasar los productos para llegar a cumplir las necesidades del cliente.

2.5.2 Plan Del Buen Vivir (2013-2017).

EL Buen Vivir es un principio constitucional basado en el 'Sumak Kawsay', que recoge una visión del mundo centrada en el ser humano, como parte de un entorno natural y social.

En concreto el Buen Vivir es:

La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno -visto como un ser humano universal y particular a la vez- valora como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente y sin producir ningún tipo de dominación a un otro

2.5.2.1 El camino a recorrer en el impuesto a la renta de personas naturales.

“La configuración del impuesto a la renta de personas naturales (IRPN) tiene su base en la definición del hecho imponible, el sujeto pasivo, los ingresos sometidos a gravamen, los gastos deducibles y las tarifas. Estos elementos se mantienen unificados en América Latina, con particularidades propias de la evolución histórica y el sistema económico-político de cada país.

Existen mínimos exentos generales de cuantía importante en relación con la renta individual, al igual que exenciones y deducciones de todo tipo.

- Desde el punto de vista de su diseño, normalmente se excluye de la obligación de declaración a la mayoría de los contribuyentes, sobre todo a los asalariados, tanto por la existencia de un mínimo exento como por el sistema de retenciones que se convierten en impuesto definitivo.

- Las personas que realizan una actividad económica o empresarial, que no se constituyen en personas jurídicas, tributan de igual manera que una persona que percibe rentas de trabajo.

- Las tarifas son de tipos máximos moderados aunque a veces de muchos tramos.

Estas características tienen una connotación especial en el IRPN para conseguir un sistema tributario redistributivo de mayores recursos para el Estado. Según Gómez (2007), esta reforma debe estar orientada en:

- Fortalecer el carácter global, personal y progresivo de la imposición a las personas naturales, incorporando fuentes de rentas sujetas a tratamientos cedulares o que se encuentran exentas del gravamen.

- Adecuar los mínimos no imponibles y el nivel de las deducciones personales, a fin de que el gravamen no afecte a los sujetos ubicados en los sectores más marginados de las sociedades.

- Procurar un sistema de integración entre las utilidades empresariales y los ingresos personales que, a la vez que estimule el financiamiento de la inversión, no atente contra el carácter global de la imposición personal en cuanto al tratamiento de los dividendos.

- Gravar las ganancias de capital de todo tipo obtenidas por las personas físicas, ya que las mismas constituyen una forma de obtención de ingresos que fluyen a los niveles de renta superior.

2.5.2.2 Los gastos deducibles, una vía para la redistribución

El sistema de gastos deducibles se introdujo a finales del año 2007 con la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria. Esta política tuvo como objetivo mejorar la distribución del ingreso a través de la deducción en la base imponible de gastos elementales en alimentación, educación, salud, vestimenta y vivienda. De igual forma, estas deducciones se incluyeron para fortalecer el sistema de facturación y su respectivo control, ya que para justificarlas el contribuyente debe tener las facturas correspondientes.”

El plan de buen vivir nos explica el impuesto a la renta, exenciones y deducciones de todo tipo de una manera breve pero concisa.

2.5.3 M. I. Concejo Cantonal De Guayaquil.

Art. 1.- La presente Ordenanza regulará las prestación de los servicios de abastecimientos y comercialización de productos alimenticios y mercancías que se puedan expender, a través de los Mercados Municipales que se encuentren en funcionamiento, o los que se autoricen, integren o construyeren dentro del Cantón Guayaquil.

Art.2.- El área de prestación de servicio de abastecimiento y comercialización en los Mercados Municipales comprenderá únicamente los espacios interiores de las construcciones destinadas para este fin, y se sujetarán a las disposiciones del Reglamento de Mercados Municipales.

Art.3.- Los espacios exteriores comprendidos dentro del área de influencia a los mercados, se regularán por las normas contempladas en la Ordenanza para el Entorno de los Mercados Municipales

Estos artículos nos indican algunas de las funciones del municipio para que tengamos conocimiento de las mismas y saber a dónde dirigirnos si alguna no se está realizando satisfactoriamente.

2.5.3.1 Los mercados municipales.

Art. 4.- Será competencia de la M. I. Municipalidad de Guayaquil, construir o autorizar el funcionamiento de mercados mayoristas y o, minoristas en las siguientes actividades:

- Mercados de Víveres 25
- Mercados de Productos Cárnicos, Avícolas y o, de pescados y mariscos
- Mercado de Flores
- Mercados Artesanales; y,
- Aquellos mercados similares los antes indicados, o de otras actividades debidamente autorizadas por la Municipalidad, que se constituyan con posteridad a la aprobación de la presente Ordenanza.

Art. 5- Se incorporan al control municipal todos los mercados de dominio públicos que la corporación creare, construyere, autorizare o declararé de su dominio en la ciudad de Guayaquil y en las parroquias rurales de este cantón, en aplicación del artículo anterior.

Estos artículos indican que no solo los mercados municipales son supervisados por el municipio sino también los otros mercados o cualquier lugar que ejerza una actividad económica en Guayaquil.

2.5.3.2 De las autoridades municipales.

Art. 7.- En todos los Mercados Municipales ejercerá autoridad el señor Alcalde de Guayaquil, el funcionario municipal competente, la Administración de Mercados que se creare para el efecto, y demás autoridades municipales que determinen la Ley y Ordenanzas correspondientes.

Este artículo nos indican los rangos de autoridades en los mercados municipales.

2.5.3.3 Solicitud para la ocupación de puestos en los mercados y aprobación de la solicitud para ocupación de puestos en los mercados municipales.

Art. 8.- Todo comerciante que solicite un puesto disponible en cualquiera de los Mercados Municipales, deberá presentar los documentos determinados por la autoridad municipal competente o la Administración de Mercados, y que se señalen en el Reglamento de Mercados Municipales, previo al trámite de aprobación de la solicitud.

Art. 9.- Corresponderá a la autoridad municipal competente ó a la Unidad de Mercados, aprobar la solicitud para ocupación de puestos en los mercados, y autorizar su aplicación, previo cumplimiento de los requerimientos establecidos en el Reglamento de Mercados. Una vez aprobada la solicitud de ocupación de puestos, el beneficiario deberá obtener la credencial de identificación respectiva, en una de las ventanillas de recaudación apertura da en la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, para el efecto.

Art. 10.- El permiso de ocupación de puestos en los mercados, será un documento único, indispensable, individual e intransferible, con el que se acreditará un espacio en los mercados municipales al titular, u operador alternativo que haya cumplido con los requisitos establecidos en el Reglamento de Mercados Municipales respectivo.

Estos artículos nos muestran el procedimiento que deben seguir los comerciantes si desean ocupar un puesto.

2.5.3.4 Del valor del permiso de ocupación de puestos en los mercados municipales.

Art. 11.- El valor del permiso de ocupación de puestos en los mercados municipales, será equivalente a \$ 51,00 anuales por metro cuadrado de ocupación en cada superficie del puesto. En todo nuevo ejercicio económico, el valor a pagarse cada año se indexará automáticamente con el Índice Nacional 27 General del año inmediato anterior, conforme a la tabla elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Del valor que resulte de la aplicación de los ajustes anuales que se efectuaran en enero de cada año, se eliminarán las fracciones en las decenas y se aproximarán y, o redondearán a la centena inmediata.

Este artículo nos enseña el valor a pagar por la ocupación de un puesto y la variación del valor.

2.5.3.5 Forma de pago del valor del permiso de ocupación de puestos en los mercados municipales.

Art. 12.- Los pagos de los permisos de ocupación de puestos en los mercados municipales serán trimestrales, debiéndoselos hacer por parte de los ocupantes, dentro de los últimos quince días del trimestre anterior al que se inicia.

En este artículo nos da conocimiento de la fecha a pagar el permiso de ocupación.

2.5.3.6 Obligaciones de los comerciantes ocupantes de puestos en los mercados municipales.

Art. 24.- Es obligación de los comerciantes, y de los usuarios que concurran a los mercados municipales, el cuidar y conservar en buen estado las instalaciones existentes en los mismos, de conformidad a lo previsto en la Ley, Ordenanzas y el Reglamento para los Mercados Municipales del cantón Guayaquil.

Este artículo es para los comerciantes y su obligación al tener que cuidar las instalaciones de los mercados.

2.5.3.6 Gobierno Autónomo Descentralizado-Patentes Municipales

Artículo. 1.- Del impuesto de la patente anual.- Se establece en el Cantón Guayaquil. el impuesto de Patentes Municipales, el mismo que se aplicará de acuerdo a las disposiciones establecidas en el Art. 546 y siguientes el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), y en la presente ordenanza.

Artículo. 2.- Autorización de la patente anual.- Se origina la patente por la autorización que la Municipalidad concede, obligatoriamente, a toda persona natural o jurídica que lo solicite, a fin de pueda ejercer una actividad comercial, industrial o de cualquier orden económico, previa inscripción en el registro que para el efecto mantendrá la Jefatura de Rentas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil.

Artículo. 3.- Objeto del impuesto.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, al pago Anual de Patente, las personas naturales o jurídicas que realicen actividades comerciales, industriales, financieras o de servicio, que operen habitualmente en el Cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

2.5.4 Código De Comercio.

Art. 1.-El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 2.-Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Art. 3.- Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

1.- La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias;

Art 37.- Todo comerciante está obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

Art 39.- La contabilidad del comerciante por mayor debe llevarse en no menos de cuatro libros encuadernados, forrados y foliados, que son: Diario, Mayor, de Inventarios y de Caja. Estos libros se llevarán en idioma castellano.

Nos indican las obligaciones a cumplir los comerciantes.

2.5.5. Libro Primero De Los Comerciantes Y Agentes De Comercio.

Sección I De las personas capaces para ejercer el comercio

Art. 6.- Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

Art. 6-A.- "Las personas que de acuerdo con lo dispuesto en los Arts. 4 y 6 de la Ley de Cámaras de Comercio deban afiliarse a las Cámaras de Comercio, probarán su condición de comerciantes con la presentación de la matrícula de comercio y la cédula de afiliación a la Cámara y si no hubieren cumplido con estos requisitos no podrán ejercer el comercio, considerándose como ilícita cualquier actividad mercantil".

Estos artículos nos dan a conocer quiénes pueden ejercer el comercio y afiliarse a la cámara del Comercio

Capítulo 3

3.1 Metodología de la Investigación

Es un proceso ordenado que sirve para encontrar, recopilar y conocer sobre un tema. En esta investigación se utilizó el método de análisis, para estudiar de forma estadística las encuestas que verificaran la hipótesis.

3.1.1 Tipo de Investigación.

La investigación va a ser descriptiva-explicativa, porque permitirá realizar la descripción de los hechos presentados en la investigación y explicativo porque se mostrará las causantes de estos hechos, generando una amplia información, de acuerdo a lo que menciona (Garza, 2007), “La investigación explicativa tiene carácter predictivo cuando se propone pronosticar la realización de ciertos efectos. Tiene carácter correctivo cuando se propone estimular, atenuar o eliminar los efectos.” (Pág. 16)

Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”. (pag.24)

3.1.2 Diseño de la Investigación.

El diseño de esta investigación es cualitativo porque permitirá determina los resultados a través de narraciones de los fenómenos que se dan en el estudio, así lo determina (Strauss &

Corbin, 2002) “Con el término investigación cualitativa, entendemos cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos u otros medios de cuantificación” (Pág.12)

Según, (Sanchez, 2014):

“La investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto.”

El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de persona o lo que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad.

3.1.3 Técnicas e instrumentos de Investigación.

“La encuesta es un instrumento de investigación social más conocidos y utilizados. Consiste en aplicar procedimientos estandarizados, de interrogación a una muestra de sujetos representativos con la finalidad de obtener información sobre determinados aspectos de la realidad y comportamiento humano”. (Vidal J. , 2004)

En lo que respecta a la técnica de investigación aplicada, se considera la encuesta la cual será realizada a los comerciantes del Mercado de artículos varios que se dedican a comercializar productos varios por lo que se considera como instrumento de investigación el cuestionario elaborado con preguntas cerradas.

3.1.4 Recolección y procesamiento de la Investigación.

La recolección de información es realizada por la autora del trabajo, ya que será la persona entrevistadora para obtener la información requerida, además de que realizará el procesamiento de la información para establecer todos los datos que son realmente importantes.

3.1.5 Población.

Como población se considera a los comerciantes del mercado de artículos varios de la ciudad de Guayaquil, quienes realizan sus actividades comerciales dentro de la zona.

Como universo vamos a tomar el 100% de la población del mercado de artículos varios

La población según Tamayo y Tamayo (2003), la define como "totalidad de un fenómeno, que debe cuantificarse para determinado estudio integrando un conjunto de entidades que participan de determinadas características; y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación"

3.1.6 Muestra.

La muestra para el presente trabajo es no probabilística, pues la población es finita porque cuenta con un número mínimo de participantes en el desarrollo de la investigación.

(Icart, Fuentelsaz, & Pulpón, 2012), "La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población" (Pág. 55)

(Tamayo y Tamayo) la muestra "descansa en el principio de que las partes representan el todo y por lo tanto refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo cual nos indica que es representativa." (p. 176).

Es decir, que para hacer una generalización exacta de una población es necesaria una muestra totalmente representativa y, por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra

3.1.6.1 Cálculo de la muestra.

Para cálculo de la muestra se ha considerado la población 1456 locales que se dedican desde ventas de muebles, como cajoneras y cómodas, hasta artículos de ferretería, ropa, útiles escolares y un sin número de mercadería

Según (Hernández Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2003);

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1) e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde: Z = Representa el nivel de confianza requerido, en esta investigación es del 95% se ha dejado un 5% para solucionar problemas en caso que personas se nieguen a contestar los cuestionarios o sean contestados con irresponsabilidad o cualquier otro tipo de fenómeno que altere la información, como el nivel de confianza es del 95% el valor de Z = 1.96 (según tabla de áreas bajo la curva normal).

p = Proporción de personas cuya factibilidad de ser seleccionadas en la muestra es un éxito, para el caso su valor estimado es de 0.50

q = Proporción de personas que no hay factibilidad de ser seleccionas, para el caso su valor es de 0.50.

N = Población total sujeta de estudio ()

e = Error de muestreo y su valor será del 5%

3.1.7 Encuesta.

Para (Trespalcios, Bello, & Vázquez, 2005) “las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo” (Pág. 96) (Ver apéndice a)

3.1.8 Entrevistas.

(Tamayo y Tamayo, 2003) Dice que la entrevista “es la relación establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales”. (Ver apéndice b)

3.1.9 Análisis de los resultados.

3.1.9.1 Análisis de encuestas.

1. Indique con una “x” el nivel de educación formal que Ud. tiene.

Tabla 1: *Nivel de Educación*

	Resultado	Porcentaje
Educación primaria	4	40%
Educación secundaria	2	20%
Educación técnica completa	3	30%
Un año de educación	1	10%
Dos o más años de	0	0%
Título universitario	0	0%
Total	10	100%

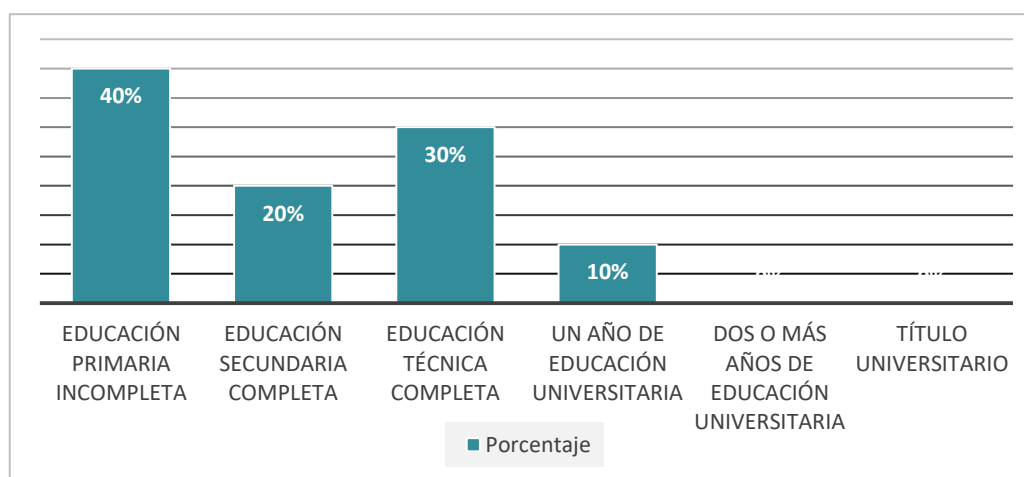


Figura 6: Nivel de educación

Análisis: Se preguntó a los encuestados, sobre el nivel de educación obtenida, a lo que el 40% respondió que no habían concluido su educación primaria, el 20% respondió haber concluido su educación secundaria, el 30% indicaron haber obtenido estudios técnicos concluidos y el 10% restante manifestaron haber estudiado por lo menos un año de carrera universitaria.

2. Marque con una X las obligaciones tributarias que usted como comerciante conoce.

Tabla 2: *Obligaciones Tributarias*

	Resultado	Porcentaje
Obtener Ruc- Rise	7	70%
Presentar Anexos	2	20%
Presentar declaraciones	1	10%
Total	10	100%

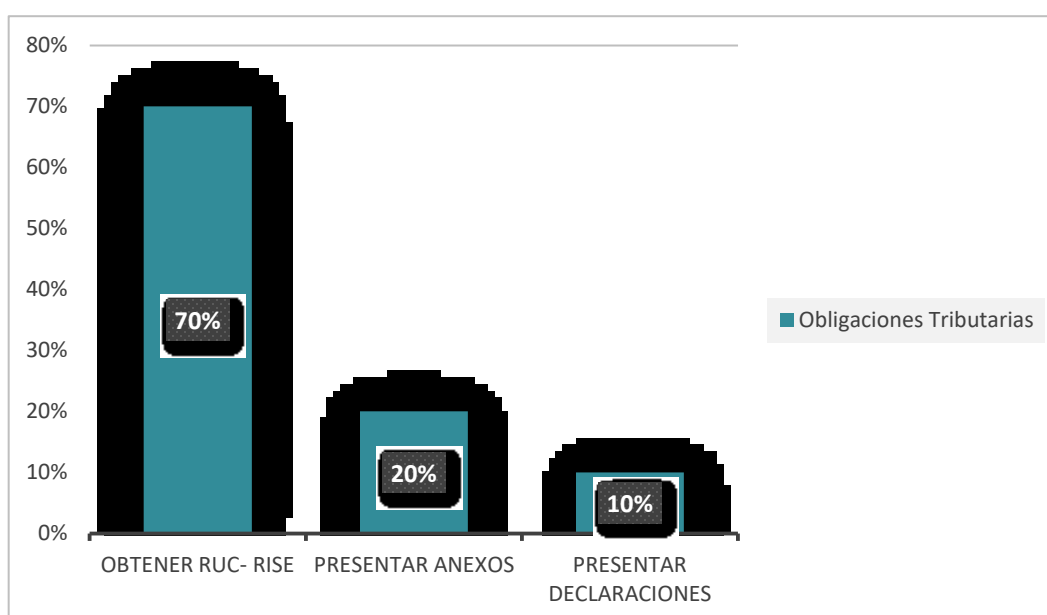


Figura 7: Obligaciones tributarias

Análisis: Entre los comerciantes encuestados se encontró que el 10% de ellos tienen conocimiento sobre las obligaciones tributarias para la ejecución de sus actividades comerciales, seguidos de un 20% los cuales tienen un conocimiento medio de sus obligaciones tributarias, cabe mencionar que en la investigación realizada, se encontró que la mayor parte de los encuestados, los cuales representan un 70% solo tienen conocimiento básico de la obtención de Ruc o Rise.

3. ¿Cree usted que hayan personas que no paguen impuestos?

Tabla 3: *Pago Impuesto*

	Pago Impuestos	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%

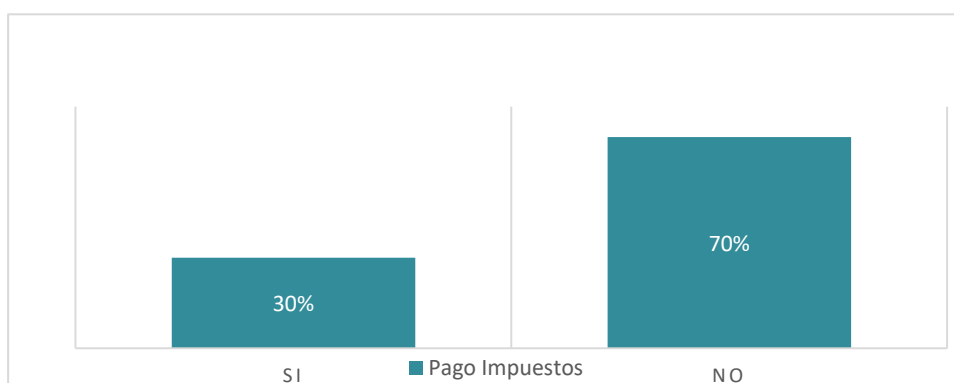


Figura 8: Cumplimiento de obligación

Análisis: Comenzando con la tercera pregunta si tienen conocimiento de personas que no paguen impuestos, a lo que la mayor parte respondió favorablemente con el cumplimiento oportuno de sus obligaciones, sin embargo el 30% de los encuestados indican conocer personas que evaden dicho pago.

4. Usted lleva sus registros de Ingresos y egresos

Tabla 4: *Ingresos y Egresos*

	Ingresos y Egresos	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%

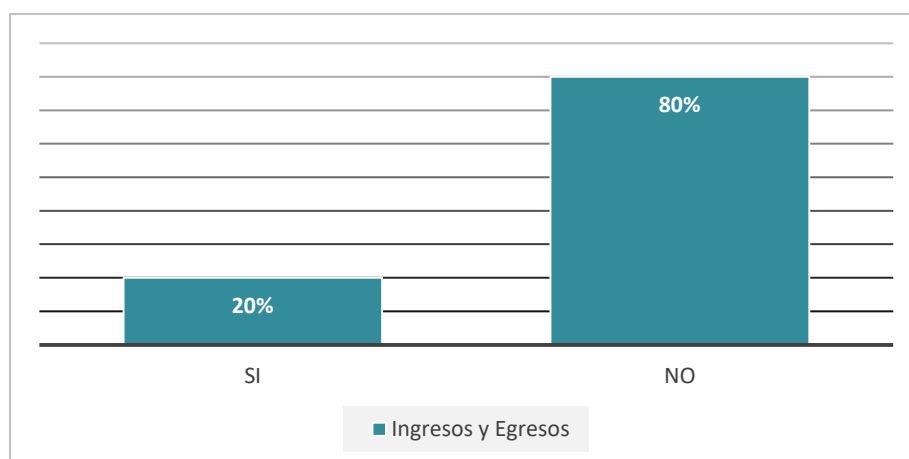


Figura 9: Registro de Ingresos y egresos

Análisis: En la siguiente consulta realizada, podemos visualizar evidentemente que la mayor parte de los encuestados (80%) respondieron que no llevan control de sus ingresos y egresos, a lo que el 20% restante confirman llevar un debido registro de los mismos.

5. ¿Conoce usted las declaraciones que deben realizar las personas naturales?

Tabla 5: *Declaraciones*

	Declaraciones	Porcentaje
Si	2	20%
No	8	80%

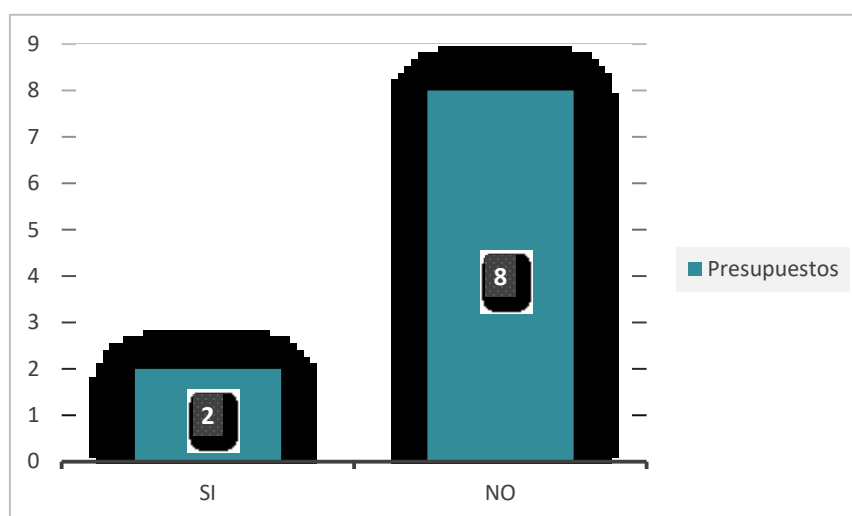


Figura 10: Presupuestos

Análisis: Igualmente, se preguntó si conocían sobre los presupuestos que contablemente deben realizar, a lo que un 20% respondió que solo presupuestan las compras que realizan, seguido de un 40% que solo toman en cuenta lo presupuestado en las ventas y el 40% restante considera únicamente presupuestar sus gastos.

6. Usted sabe que institución recauda nuestros impuestos de renta e iva. Subraye.

Tabla 6: *Institución Recaudadora*

	Institución Recaudadora	Porcentaje
IESS	0	0%
SRI	9	90%

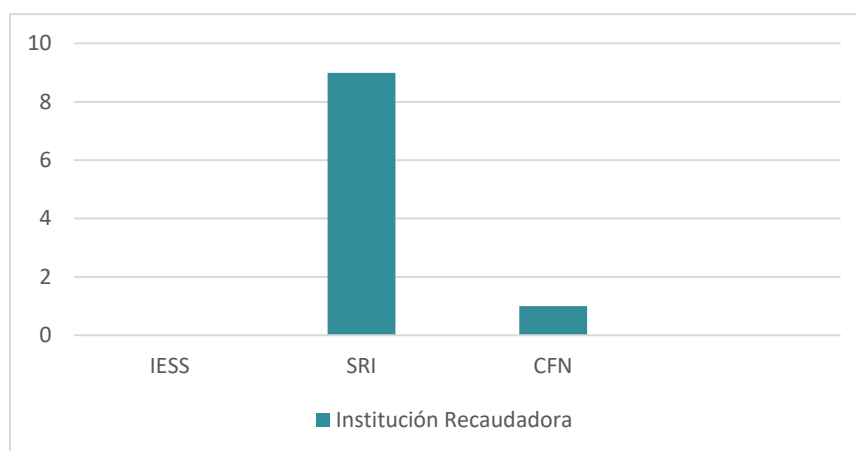


Figura 11: Instituciones recaudadoras

Análisis: De la misma manera se preguntó a los comerciantes informales, si tienen conocimiento de las entidades recaudadoras de impuestos. Al concentrar las respuestas se pudo evidenciar claramente que casi en su totalidad, el 90% de los encuestados tienen un claro conocimiento de que el Servicio de Rentas Internas (SRI), es la entidad recaudadora y en contraste con la información antes mencionada, encontramos una minoría de un 10% la cual desconoce de dicha entidad.

7. Conoce usted como se debe llenar un comprobante de venta

Tabla 7: *Comprobantes*

Comprobante de Venta		Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%

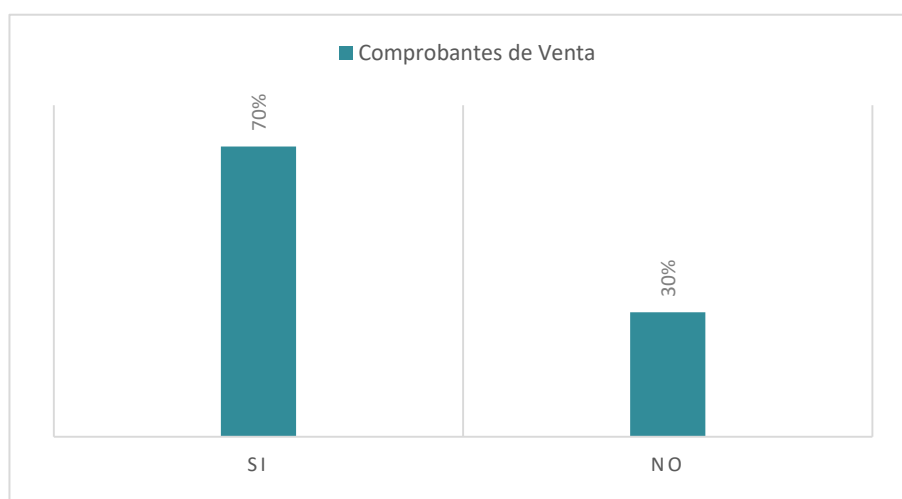


Figura 12: Comprobantes

Análisis: Para saber más acerca de los conocimientos que tenían los encuestados sobre cómo llenar un comprobante de ventas, un 70% dijo conocer correctamente la forma de llenar un comprobante de ventas, seguido de un 30% que desconoce la forma correcta de hacerlo.

8.- ¿Quién le lleva a usted sus controles tributarios?

Tabla 8: *Control Tributario*

	Control Contable	Porcentaje
Usted	2	20%
Familiar	1	10%
Asesor	7	70%

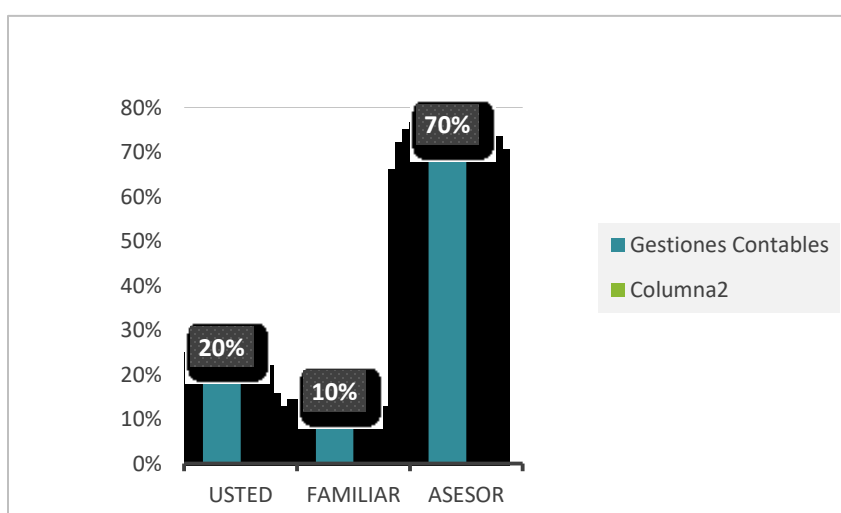


Figura 13: Controles tributarios

Análisis: Referente a los controles tributarios, se encontró que del total de los encuestados solo el 20% están capacitados para llevar autónomamente dicha actividad, continuando con un 10% que únicamente confían esta labor a un familiar y cabe mencionar que en su mayoría, la cual representa el 70% de los encuestados, cuentan con asesorías externas para llevar a cabo dichos controles.

9. Indique a continuación todos los cursos de capacitación en que Ud. ha participado.

Tabla 9: *Capacitaciones adquiridas*

		Capacitaciones	Porcentaje
Pasaporte tributario	2011-2014	2	20%
Facturación	2015	1	10%
Impuesto a la renta	2014	1	10%
Ninguno		6	60%

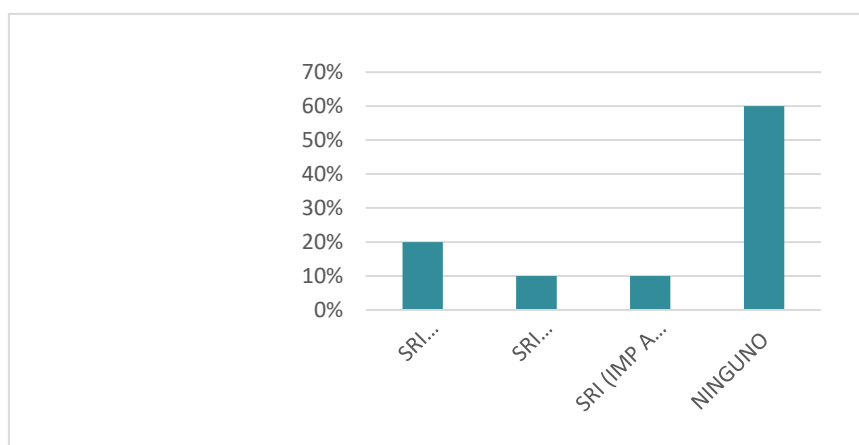


Figura 14: Capacitaciones recibidas

Análisis: Se pidió al encuestado marcar las capacitaciones realizadas, a los que en un 60% indicaron no haber realizado ningún tipo de inducción tributaria, así mismo indagando sobre las razones por la cuales no han realizados ninguna capacitación, mencionaron que por factor tiempo, un 10% solo ha podido capacitarse sobre el Impuesto a la Renta, de la misma forma otro 10% se ha capacitado sobre Facturación y un 20% se han capacitado completamente debido a la cercanía e interés por aprender.

10. Si Ud. tuviera la oportunidad de organizar cursos de capacitación, ¿qué tema/materia piensa que se debe enfocar?

Tabla 10: *Temas para capacitación*

	Temas para capacitación	Porcentaje
Métodos de comunicación	0	0
Contabilidad	2	20%
Manejo de presupuesto	1	10%
Reforzamiento legal	0	0
Tributación	6	60%
Matemáticas	1	10%

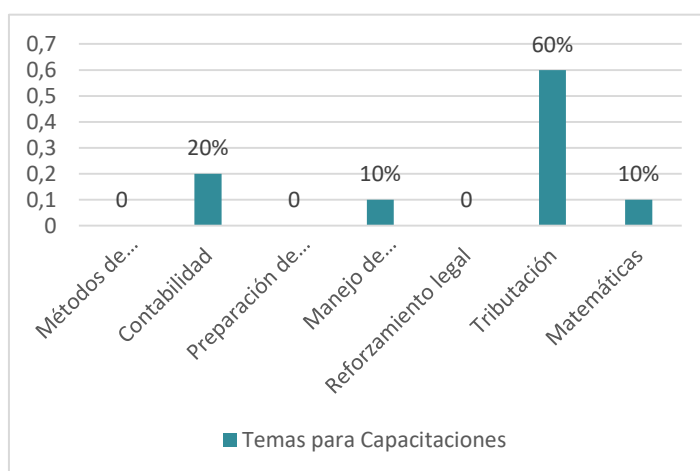


Figura 15: Temas a reforzar capacitación

Análisis: Con el propósito de identificar el interés de los encuestados por adquirir conocimientos, finalmente se preguntó sobre temas de su importancia para aplicarlos en sus labores cotidianas, a los que el 20% contestó de capacitación contable, el 10% respondió sobre temas de Manejo de Presupuestos, continuando con otro 60% sobre capacitación tributaria y el 10% restante solicitó que se les imparta clases de Matemáticas.

3.1.8.2 Análisis de Entrevistas.

Entrevistas

1.- MSC. Efraín Quiñonez

Instructor del SRI, Profesor de Auditoria en Escuela Politécnica del Litoral

2.- Ing. Carolina Cabello

Auditora

- **¿Cuáles cree usted que son los conocimientos a nivel de Tributario que debe tener un comerciante?**

Las personas que realizan actividades de comercio son objeto de intercambio por naturaleza del negocio, necesitan conocer el aspecto tributario por las obligaciones al impuesto al valor agregado que tienen mensual o semestralmente y anualmente el impuesto a la renta, y dependiendo de las transacciones el SRI establece la obligatoriedad de llevar contabilidad

- **Según su experiencia, cual es el principal reto de un comerciante para cumplir sus obligaciones tributarias**

El principal reto que enfrenta un comerciante es la necesidad de estar capacitado porque no es falso mencionar que han existido varias reformas tributarias en varios impuestos se han ido modificando tarifas y el cumplir obligaciones tributarias puede resultar complejo.

- **¿Cuál es la clave para hacer exitoso un negocio?**

Para el éxito de un negocio en primer lugar tenemos una innovación de conocer el mercado tanto más allá de hablar de una clave son algunos aspectos que deben considerarse como conocer a los consumidores, a sus competidores te permite tomar ventajas a cualquier participe, en segundo lugar la eficiencia es decir poder producir de una manera eficiente sin incurrir en altos costos les permite tomar también ventaja y también el hecho de tener una buena organización, el hecho de conocer los aspectos contables cuales son los productos que tienen una mayor rotación cuales son los costos más altos que deben enfrentarse le permite a la persona que se encuentra en el mercado tener una mejor posición frente a sus competidores

- **¿Según su experiencia que consecuencias han sufrido los comerciantes que no cumplieron sus obligaciones tributarias y contables?**

Implica el cobro de las diferencias con los intereses y multas respectivos.

No autorización para la emisión de comprobantes, Suspensión RUC, Sanciones, Clausura temporal, Clausura Definitiva.

- **Queremos realizar un plan de capacitación contable y tributaria permanente, según su experiencia que recomendaría para que este cumpla su objetivo.**

En primer lugar tiene que usarse la Tecnología que existe actualmente, buscar medios como videos y modalidades muy gráficas para poder facilitar el cumplimiento además que incentivar el uso de los programas que maneja el SRI se puede estar a la vanguardia de las necesidades y además implica que esta capacitación continua debe tener actualización.

Capítulo 4

4.1 Propuesta

Plan de capacitación de los comerciantes del Mercado de artículos varios.

La propuesta de un plan de capacitación tributaria nace de la investigación realizada previamente en el campo estudiado, sería un instrumento que aportaría al conocimiento y servirá como guía de orientación para los pequeños comerciantes del “Mercado de artículos varios Cuatro manzanas”.

Se busca Desarrollar el Plan de Capacitación Tributaria en Guayaquil, que brinde servicios de calidad a los pequeños comerciantes de Mercado de Artículos Varios, generando una cultura tributaria a sus clientes.

4.2. Visión

El desarrollo de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado de Artículos Varios, siempre enfocándonos en la incorporación de las mejores gestiones, brindando soluciones para nuestros clientes. Se lograra cumpliendo los siguientes objetivos.

- Diseñar programas de capacitación
- Implementar capacitación
- Evaluar capacitación

4.3 Misión

La misión es mejorar los conocimientos, esto lo haremos manteniendo capacitaciones de calidad de acuerdo a las necesidades de cada comerciante y que permitan traer nuevos conocimientos y prácticas.

4.4 Disponibilidad de Recursos

Para llevar a cabo el plan de capacitación se contara con el 70% de recursos propios de los cuatro capacitadores y socios \$9450 y el 30% se buscara financiamiento aprovechando la atención y facilidades del gobierno al microcrédito \$4050. Sin embargo entre las garantías que exigen esta que el negocio tenga por lo menos 6 meses en funcionamiento, así que podríamos iniciar actividades con los recursos propios, para realizar el centro de capacitación, con la finalidad de mejorar los procesos tributarios de sus clientes.

Tabla 11: Recursos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Alquiler de local	3.000,00
Mobiliarios de Oficina	1.500,00
Equipo de computo	3.000,00
Material de Trabajo	1.950,00
TOTAL INVERSIÓN	\$9.450,00

Se tiene planificado adecuar el área con laptops, proyector, enseres y alquiler de local para dar las capacitaciones con la mejor tecnología.

4.5 Centro de capacitación

Implementación del Plan de Capacitación tributaria tiene su mercado para los próximos 2 años, cuyo objetivo es lograr que sus clientes aprendan todo lo referente a estos temas, dar a conocer sus capacitaciones y aumentar su base de clientes.

Los trámites que debe realizar el nuevo centro de capacitación para legalizar su constitución y desarrollo de actividades se detallan a continuación:

- Aprobación de la denominación de la compañía, para lo cual el abogado presenta varias alternativas a la Superintendencia de Compañías, para la aprobación de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación semejante.
- Elaboración del proyecto de minuta que contiene los Estatutos que han de regir los destinos de la compañía, siendo necesario el asesoramiento y la firma de un abogado.
- Apertura de la cuenta de integración de capital en un banco de la localidad en donde se ubicará la compañía.
- Los Estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a escritura pública ante un notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio, con la firma de los socios fundadores.
- Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de constitución.
- Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.

- Obtención de la patente municipal, en cualquier oficina municipal de la ciudad en donde se vaya a instalar el negocio, a fin de que pueda ejercer sus actos de comercio.
- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyente en el Servicio de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas.
- Elaboración e inscripción de estos nombramientos en el Registro Mercantil.
- Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil, los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el departamento de Sociedades.
- Obtención del oficio que otorga la Superintendencia, dirigido al banco donde se ha abierto la cuenta de integración de capital, para que se pueda movilizar los fondos, es decir, de una cuenta corriente a nombre de la compañía.

En la escritura pública de constitución se expresará lo siguiente:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- El objetivo social, debidamente concretado.
- La duración de la compañía
- El domicilio de la compañía.
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.

- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- La forma en que se organizará la administración y la fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tenga la representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y el modo de convocarla y constituir la

Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial.
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente.
- Para la consecución de la patente municipal se necesita:
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

4.6 Necesidades del mercado

La empresa pretende satisfacer las siguientes necesidades de sus clientes:

Capacitación de calidad: Los clientes deben recibir un excelente servicio.

Buen plan: El plan debe contar con capacitaciones que cubran las necesidades de sus clientes con esmero.

Atención al cliente: Debe ofrecer servicio ejemplar para poder contar con clientes leales

Tecnología: Los equipos de oficina serán versiones recientes

4.7 Análisis FODA

Fortalezas

- Excelente ubicación
- Amplios horarios
- Costos accesibles

Oportunidades

- Desarrollo profesional
- Mercado en crecimiento

Debilidades

- Resistencia al cambio
- Equipamiento limitado
- Instalaciones inadecuadas

Amenazas

- Competencia con mejor tecnología

- Imposibilidad de difundir en medios de comunicación masivos
- Crisis económica

Con las estas fortalezas se podrá iniciar con el plan, tratando de corregir las debilidades poco a poco y aprovechando las oportunidades

4.8 Funciones del centro de capacitación

Planificar, coordinar y ejecutar actividades de asesoría

Gestionar la captación de las actividades de capacitación

Difundir las actividades del Centro.

Coordinar eventos de capacitación en general.

4.9 Elaborar el programa de capacitación

El éxito en la implementación de un programa de capacitación depende de la elección de los medios y desarrollado en las condiciones adecuadas.

En el programa participaran cuatro socios los mismos que impartirán las capacitaciones, se utilizaran folletos dando las pautas de la capacitación, proyector y laptop del capacitador.

Durante la capacitación se realizaran talleres y debates de cada tema, se tiene proyectado dar desde los conocimientos básicos hasta lograr un nivel avanzado en cada uno de los inscritos en las capacitaciones, utilizando cierta metodología y apoyándose en auxiliares didácticos, se impartirán los contenidos a los comerciantes en el lugar, horario y fechas programadas, a un costo.

- Organizar en secuencia y didácticamente los contenidos.
- Organizar las sesiones de aprendizaje y los materiales que se utilizarán.
- Sensibilizar a los participantes con respecto a los objetivos, contenidos, etcétera.
- Motivar e involucrar a los participantes.
- Establecer una buena comunicación con los participantes.
- Entender y mantener el control del grupo.
- Vigilar el desarrollo del programa para hacer los ajustes necesarios.

4.10 Cronograma de capacitaciones

Para el cronograma de capacitación se llenara un registro de los comerciantes con los siguientes datos:

Nombre, edad, temas a capacitar. Con estos datos se facilitaran los procesos logísticos y administrativos para su desarrollo y se podrá determinar la planificación de la formación para un período determinado y su secuencia en la programación.

El cronograma detallado a continuación es un modelo con algunos temas importante con los cuales se iniciarán las capacitaciones, de acuerdo a la necesidad de cada comerciante a medida que se vayan inscribiendo se irá modificando el cronograma.

Tabla 12: *Cronograma de capacitaciones*

Capacitaciones

Provincia	Cantón	Tema	Modalidad	Lugar	Fecha		Horario
					Inicio	Fecha fin	
Guayas	Guayaquil	RUC - RISE	Presencial	CC	01/04/2017	29/04/2017	07:00-09:00
Guayas	Guayaquil	IVA	Presencial	CC	01/04/2017	29/04/2017	16:00-18:00
Guayas	Guayaquil	Impuestos a la Renta	Presencial	CC	01/04/2017	29/04/2017	07:00-09:00
Guayas	Guayaquil	Gastos personales	Presencial	CC	01/04/2017	29/04/2017	16:00-18:00
Guayas	Guayaquil	Portal SRI	Presencial	CC	01/04/2017	29/04/2017	07:00-09:00
Guayas	Guayaquil	Anexos G. Personales	Presencial	CC	01/04/2017	29/04/2017	16:00-18:00

4.11 Efectos de la propuesta

Los beneficiados con la implementación de la propuesta serán los pequeños comerciantes del Mercado de Artículos varios de la zona sur oeste del cantón Guayaquil porque ellos iniciaran serán los que ejecutaran este plan.

La satisfacción de la capacitación aumentara y mejorara la autoestima de los comerciantes al comprender mejor el funcionamiento tributario del país. La formación desempeña un papel clave en el compromiso que tienen los comerciantes que ven como importante para su trabajo y que, subsecuentemente, adquieren un compromiso positivo para continuar capacitándose. Un programa de entrenamiento exitoso consiste en proporcionarles a los comerciantes la información adecuada y la comunicación sobre la capacitación, así como un programa que les asegure que la formación es relevante para su trabajo.

Por los beneficios que recibirán los comerciantes al cumplir sus obligaciones tributarias, la propuesta impactará de manera positiva en todas las personas participantes en el plan de capacitación esperando que al finalizar sus conocimientos estén 100% acorde a sus necesidades.

Tabla 13: *Proyección*

CAPACITACIONES		
	<i>Antes</i>	<i>Despues</i>
<i>Regímenes</i>	10%	100%
<i>Impuestos</i>	20%	100%
<i>Declaraciones</i>	10%	100%
<i>Anexos</i>	70%	100%

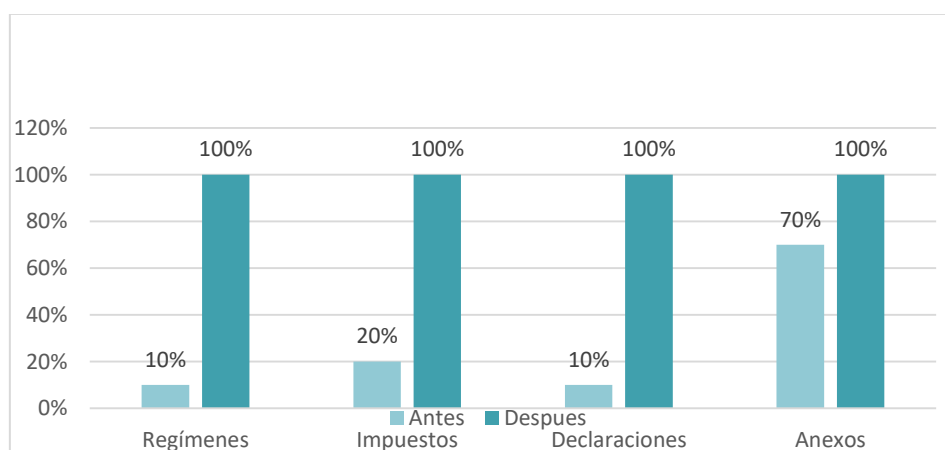


Figura 16: *Proyección*

Podemos visualizar que si se cumple con las capacitaciones los comerciantes podrían llegar dominar las actividades más comunes en tributación con su constante practica en poco tiempo, cabe recalcar que en plan incluye otros temas que fueron detallados anteriormente.

Conclusiones

De acuerdo al trabajo realizado de investigación, existe una demanda de clientes que estarían dispuestos a recibir las capacitaciones, pero sugieren que se realice en horarios flexibles, mayor énfasis en sus vacíos desde el inicio de una microempresa, así como brindarles la seguridad y garantía que podrán manejar sus actividades con mejor control. Se determinan las siguientes conclusiones:

- Existe desconocimiento de las obligaciones tributarias por parte de comerciantes del Mercado de Artículos Varios por lo que se ven expuesto a sanciones y multas al no cumplirlas.
- Se comprobó que contratan a una tercera persona para que realice todas las gestiones contables y tributarias, lo cual emite un gasto extra para cada pequeño comerciante.
- Existe gran interés en los comerciantes del Mercado de artículos Varios en adquirir conocimientos tributarios.
- Se demostró que el problema se debe a que no contamos con una cultura tributaria.

Recomendaciones

- Se requiere elaborar un plan tomando en cuenta la flexibilidad en horarios y los recursos que estén al alcance de los pequeños comerciantes.
- Demostrar a los comerciantes que estas capacitaciones tienen todo lo que ellos necesitan desde las tecnologías más avanzada, los mejores asesores y sobre todo que siempre van a estar actualizados en dichas gestiones contables y tributarias.
- A los comerciantes que adquieran una cultura tributaria para ir cambiando este sector y se puedan convertir en contribuyentes activos y conscientes de sus obligaciones.

Referencias Bibliográficas

- Adrianzén, C. (23 de Diciembre de 2015). *elcomerio.pe*. Obtenido de elcomercio.pe:
<http://elcomercio.pe/opinion/mirada-de-fondo/impuestos-informalidad-carlos-adrianzen-noticia-1865905>
- Aghon, G. (2001). *Desarrollo economico local y descentralizado en America Latina*. Santiago de Chile: CEPAL/GTZ.
- Aguilar, A. S. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal*. Mexico: Editorial LIMUSA, S.A.
- Donato, C., Roa, G., Hernandez, D., & Parra, J. (2012). *Universidad Cooperativa de Colombia*.
 Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/86337784/PROYECTO-ASESORIAS-CONTABLES>
- Ediciones Legales. (2013). Recuperado el 01 de 12 de 2015, de
<http://www.desarrolloamazonico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/CODIGO-DE-COMERCIO-act.pdf>
- Elenga, A. (01 de Mayo de 2012). *El conocimiento como factor basico del desarrollo social*.
 Obtenido de Contribuciones a las ciencias sociales:
<http://www.eumed.net/rev/cccss/20/are.html>
- Empresa & Actualidad. (28 de Marzo de 2012). *Comercialización: Definición y Concepto*.
 Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html?view=magazine>
- Estevez, A. E. (2008). Ciudadania fiscal en America Latina. *Debates Latinoamericanos*, 10.

Garcia, C. (2010). *Innovación Educativa* . Madrid : Cido.

Garcia, G. (2001). *Guia para crear y desarrollar su propia empresa*. Quito.

Garza, A. (2007). *Manual de Tecnicas de investigación para estudiantes de Ciencias sociales y humanidad*. Mexico: Colegio de Mexico.

Gomez, M., & Aleman, L. (2013). *Administracion de proyectos de capacitacion basados en tecnologia*. Mexico: Instituto Tecnologico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.

Icart, T., Fuentelsaz, C., & Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

M.I. Municipalidad de Guayaquil. (31 de 12 de 2014). *Mercados artesanales*. Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/content/mercados-artesanales-machala-y-guayaquil-de-art%C3%ADculos-varios-correos-y-bah%C3%ADas-listos-para>

Miranda, J., Murgas, J., Karamañitis, A., & Chang, D. (2013). *Comercializacion y conclusiones del Estudio de Mercado*.

Moran Poveda, L. (2006). *Escuela Superior Politecnica del Litoral*. Obtenido de http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-34864.pdf

Naciones Unidas, CEPAL. (2016). *Tributación para un crecimiento inclusivo*. Santiago: Oxfam.

Panchi, V. (16 de abril de 2013). *Blogger*. Obtenido de

http://tributacion8.blogspot.com/2013_04_01_archive.html

Rivera, D. (15 de octubre de 2015). *Principios tributarios*. Obtenido de Principios tributarios:

<https://prezi.com/0stq8ufztueu/principios-tributarios/>

Robayo Yanez, J. (2014). *Creacion de la empresa de Consultoria Tributaria y Financiera*

ROBAYO Y ASOCIADOS CIA. LTDA. BABAHOYO.

Sanchez, M. (2014 de 10 de 2014). Obtenido de <https://miguel Sanchez Hernandez.wordpress.com/>

Senplades. (24 de Junio de 2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Obtenido de

<https://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>

Servicio de Rentas Internas, SRI. (06 de Marzo de 2017). *Sri.gob.ec*. Obtenido de [sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec):

<http://www.sri.gob.ec/de/337>

Siliceo, A. (2004). *Capacitacion y desarrollo del personal*. Mexico: Limusa.

Sri, Servicio de Rentas Internas. (1 de agosto de 2008). *Impuesto al Valor Agregado*. Obtenido

de SRI: <http://www.sri.gob.ec/de/iva>

SRI, Servicio de Rentas Internas. (1 de agosto de 2008). *Rise*. Obtenido de Servicio de Rentas

Internas (SRI): <http://www.sri.gob.ec/de/230>

SRI, Servicio de Rentas Internas. (1 de agosto de 2008). *RUC*. Obtenido de SRI:

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.

Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigacion Cientifica*. Mexico: LImusa.

Trespalacios, J., Bello, L., & Vázquez, R. (2005). *Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. International Thomson.

Vidal, I. (2010). *Como Conquistar el mercado*. Mexico: F.C Editorial.

Vidal, J. (2004). *La gestión del conocimiento como motor de la innovacion: lecciones de la industria de alta tecnoplogia para la Empresa*. Universitat Jaume.

Apéndice

Apéndice a.



Encuesta



Introducción:

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar las necesidades implementar un plan de capacitación que tengan las personas que en el Mercado de artículos varios “Cuatro Manzanas”

Con la información que se obtenga de esta encuesta, se diseñará un plan de capacitación que se ajuste a los requerimientos demostrados de cada persona.

Por favor complete la encuesta cuidadosamente al leerla por completo primero, y luego señale sus respuestas con una “x” en el complete la frase respectiva con una respuesta apropiada.

NOMBRE (opcional) _____ **EDAD** _____

¿Actividad que desempeña? _____

1. Indique con una “x” el nivel de educación formal que Ud. tiene.

_____ Educación primaria incompleta

_____ Educación primaria completa

_____ Educación secundaria completa

_____ Educación técnica completa

_____ Un año de educación universitaria

_____ Dos o más años de educación universitaria

_____ Título universitario

_____ Otro (especifique) _____

2. Marque con una X las obligaciones tributarias que usted como comerciante conoce.

Obtener RUC

☐

Presentar

☐

declaraciones

Presentar anexos

☐

3. ¿Cree usted que hayan personas que no paguen impuestos?

Sí _____

No _____

¿Por qué? _____

4. Usted lleva sus registros de Ingresos y egresos

Sí _____

No _____

5. ¿Conoce usted las declaraciones que deben realizar las personas naturales?

Sí _____

No _____

6. Usted sabe que institución recauda nuestros impuestos de renta e iva. Subraye.

IESS

SRI

CFN

7. Conoce usted como se debe llenar un comprobante de venta

SI

☐

NO

☐

8.- ¿Quién le lleva a usted sus gestiones tributarias?

Usted

familiar

asesor

9. Indique a continuación todos los cursos de capacitación en que Ud. ha participado.

Pueden ser cursos organizados por cualquier institución siempre que tengan relación con su actividad. Si no ha participado en un curso, escriba ninguno y el por qué.

NOMBRE DEL CURSO

AÑO

ORGANIZADO POR

DURACION

a.	_____	_____	_____	_____
b.	_____	_____	_____	_____
c.	_____	_____	_____	_____
d.	_____	_____	_____	_____

10. Si Ud. tuviera la oportunidad de organizar cursos de capacitación, ¿qué temas/materias piensa que se deben enfocar? Indique únicamente las cinco más importantes.

_____ a. elaboración de declaraciones

_____ b. métodos de comunicación

_____ c. contabilidad

_____ d. preparación de informes

_____ e. manejo de presupuesto

_____ f. reforzamiento legal

_____ g. tributación

_____ h. matemáticas

Apéndice b

3.1.7.1.2 ENTREVISTA

- ¿Cuáles cree usted que son los conocimientos a nivel de Tributario que debe tener un comerciante?
- Según su experiencia, cual es el principal reto de un comerciante para cumplir sus obligaciones tributarias
- ¿Cuál es la clave para hacer exitoso un negocio?
- ¿Según su experiencia que consecuencias han sufrido los comerciantes que no cumplieron sus obligaciones tributarias y contables?
- Queremos realizar un plan de capacitación contable y tributaria permanente, según su experiencia que recomendaría para que este cumpla su objetivo.

Apéndice c.

ENTREVISTA #1

NOMBRE: MSC. Efraín Quiñonez

LUGAR: Escuela Superior Politécnica del Litoral

EXPERIENCIA: Instructor del SRI, Profesor de Auditoria en

Escuela Politécnica del Litoral



- **¿Cuáles cree usted que son los conocimientos a nivel de Tributario que debe tener un comerciante?**

Las personas que realiza que realizan actividades de comercio son objeto de intercambio por naturaleza del negocio, necesitan conocer el aspecto tributario por las obligaciones al impuesto al valor agregado que tienen mensual o semestralmente y anualmente el impuesto a la renta, y dependiendo de las transacciones el SRI establece la obligatoriedad de llevar contabilidad sin embargo si nos acercamos a las Pymes es adecuado que los comerciantes conozcan cuales son los principales artículos que gravan 0 y 12% - 14%, cuáles son las transacciones exentas de impuesto a la renta y de los gastos deducibles, en pocas palabras creo que los comerciantes más allá de que ellos mismo lleven la contabilidad porque eso depende del nivel del negocio, sepan cuáles son los principales hechos generadores del impuesto a la renta y de IVA

- **Según su experiencia, cual es el principal reto de un comerciante para cumplir sus obligaciones tributarias**

El principal reto que enfrenta un comerciante es la necesidad de estar capacitado porque no es falso mencionar que han existido varias reformas tributarias en varios

impuestos se han ido modificando tarifas el cumplir obligaciones tributarias puede resultar complejo entonces en algunos casos es verdad que hay comerciantes que quieren cumplir y necesitan de un apoyo para hacerlo en el SRI establecemos una pirámide en la cual se encuentran en la parte de dificultad más baja aquellos comerciantes que cumplen sus obligaciones si un poquito de mayor medida de dificultad aquellos comerciantes que quieren cumplir pero tienen complicaciones esos necesitan una asistencia, un aspecto más complicado serían los comerciantes que no quieren cumplir.

- **¿Cuál es la clave para hacer exitoso un negocio?**

Definitivamente hay algunos aspectos que deben considerarse para el éxito de un negocio en primer lugar tenemos una innovación de conocer el mercado tanto más allá de hablar de una clave son algunos aspectos que deben considerarse como conocer a los consumidores, a sus competidores te permite tomar ventajas a cualquier participe, en segundo lugar la eficiencia es decir poder producir de una manera eficiente sin incurrir en altos costos les permite tomar también ventaja y también el hecho de tener una buena organización, el hecho de conocer los aspectos contables cuales son los productos que tienen una mayor rotación cuales son los costos más altos que deben enfrentarse le permite a la persona que se encuentra en el mercado tener una mejor posición frente a sus competidores

- **¿Según su experiencia que consecuencias han sufrido los comerciantes que no cumplieron sus obligaciones tributarias y contables?**

El Sri de acuerdo a la normativa 3 a 6 años para poder revisar obligaciones entonces es muy común observar que en este año 2016 estén revisando obligaciones 2014 o 2013 que como usted se imaginara ya fueron revisadas en su momento por algún

contador en algún negocio y que si no fueron revisadas adecuadamente implica el cobro de las diferencias con los intereses y multas respectivos.

- **Queremos realizar un plan de capacitación contable y tributaria permanente, según su experiencia que recomendaría para que este cumpla su objetivo.**

En primer lugar tiene que usarse la Tecnología que existe actualmente, buscar medios como videos y modalidades muy gráficas para poder facilitar el cumplimiento además que incentivar el uso de los programas que maneja el SRI se puede estar a la vanguardia de las necesidades otro aspecto impórtate es que el contribuyente actual piensa que un activo importante es su tranquilidad, es decir que saber que tiene un negocio con facturas un negocio que cumple con sus obligaciones y pueda desenvolverse de una manera legal entonces lo importante para un contribuyente que prima la idea de tener tranquilidad es que se pueda capacitar para cumplir con sus obligaciones actuales y las que vienen en este caso tener una reforma que modifique las tasa al valor agregado y demás implica que esta capacitación continua debe tener actualización.



Apéndice d.

ENTREVISTA #2

NOMBRE: Ing. Carolina Cabello

LUGAR: Empresa RASONU

EXPERIENCIA: Auditora

- **¿Cuáles cree usted que son los conocimientos a nivel de Tributario que debe tener un comerciante?**

Para que un comerciante inicie su actividad económica debe tener en cuenta las siguientes obligaciones tributarias:

* **OBLIGACIONES MENSUALES:** Saber que todos los meses debe declarar sus compras y ventas de acuerdo a su actividad, para esta declaraciones tiene que conocer los formularios en los que va declarar: 104(declaración en IVA en compra y en venta), 103(declaración de retención en la fuente IR), a su vez realizar el respectivo registro de ATS, el cual debe tener concordancia con las declaraciones mensuales elaboradas.

* **OBLIGACION SEMESTRAL:**

En el caso de que la administración tributaria lo exigiera tiene la obligación de presentar la declaración del Anticipo de Impuesto a la Renta en el de Julio y Septiembre.

* **OBLIGACIONES ANUALES:**

Efectuar la declaración de Impuesto a la Renta, Anexo de Relación de Dependencia, Anexo Accionistas y Anexos de Dividendos.

- **Según su experiencia, cual es el principal reto de un comerciante para cumplir sus obligaciones tributarias**

Tener al día la contabilidad del negocio para poder realizar las declaraciones en la fecha indicada y así mismo estar pendiente de las actualizaciones que se emitan por parte de la Administración Tributaria.

- **¿Cuál es la clave para hacer exitoso un negocio?**

No hablaría de una clave sino de un conjunto de aspectos que deben considerarse y que obviamente deben estar preparados para tener ese éxito en el negocio.

- **¿Según su experiencia que consecuencias han sufrido los comerciantes que no cumplieron sus obligaciones tributarias y contables?**

No autorización para la emisión de comprobantes, Suspensión RUC, Sanciones, Clausura temporal, Clausura Definitiva.

- **Queremos realizar un plan de capacitación contable y tributaria permanente, según su experiencia que recomendaría para que este cumpla su objetivo.**

Estar pendientes de las actualizaciones tanto del SRI, SUPERCIAS, IESS, MRL, y asistir constantemente a las capacitaciones que brinda estas instituciones.

