



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS**

**TESIS PRESENTADA PARA OPTAR EL GRADO DE
MAGÍSTER EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS**

**“LA LOTERÍA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA
MEJORAR EL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO DE
LOS CONTRIBUYENTES DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL, PERIODO FISCAL 2012-2014”**

AUTOR: C.P.A. DEYVI KLEBER DELGADO MERO

TUTORA: ECON. HILDA CEVALLOS ROMERO, MSC.

**GUAYAQUIL – ECUADOR
OCTUBRE 2015**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGIA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “LA LOTERÍA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERIODO FISCAL 2012-2014”		
AUTOR/ ES: CPA. DEYVI KLEBER DELGADO MERO	REVISORES: MSC. EC. HILDA ANNABELLE CEVALLOS ROMERO	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	FACULTAD: CIENCIAS ECONOMICAS	
CARRERA: MAESTRÍA EN TRIBUTACION Y FINANZAS		
FECHA DE PUBLICACION: OCTUBRE 2015	Nº DE PÁGS: 82	
ÁREAS TEMÁTICAS: • Política Fiscal • Tributaria		
PALABRAS CLAVE: Contribuyentes - Comportamiento Tributario – Administración Tributaria – Lotería Tributaria – Marketing Tributario.		
RESUMEN: El Servicio de Rentas Internas buscando alternativas para cambiar el comportamiento tributario de los ciudadanos y mejorar su recaudación fiscal, que se traduce en ingresos a las arcas fiscales y para formalizar la actividad comercial, el 5 de mayo de 2008, firma, a través de su Director, la Resolución No. NAC-DGER20080570, con la que crea la “Lotería Tributaria”, que es un sistema diseñado para fomentar la cultura, la misma que fomenta incentivos dirigido a los ciudadanos del país.		
Nº DE REGISTRO (en base de datos):		Nº DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0986140936	E-mail: cpadeyvi_delgado@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Natalia Andrade Moreira	
	Teléfono: 2293052 - 2293083	
	E-mail: fac.cienciaseconomicas@ug.edu.ec	

Guayaquil, 29 de Octubre del 2015

Economista

MARINA MERO FIGUEROA

Decana de la Facultad de Ciencias Económica

Universidad de Guayaquil

Ciudad.

De mis consideraciones:

Informo a usted que he revisado y evaluado académicamente el contenido de la tesis escrita titulada: **“LA LOTERÍA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERIODO FISCAL 2012-2014”**, desarrollada por el C.P.A. DEYVI KLEBER DELGADO MERO, como requisito previo a la obtención del grado de Magister en Tributación y Finanzas.

Del resultado del proceso de revisión, concluyo que la tesis cumple con las exigencias académicas, metodológicas y formales que debe tener un trabajo de investigación de esta naturaleza, por lo cual sugiero que sea enviado a la Comisión Académica para la respectiva aprobación.

Por lo expuesto, la tesis esta apta para ser defendida y/o sustentada, particular que informo para los fines académicos pertinentes.

Atentamente,

Econ. Hilda A. Cevallos Romero, MSC

TUTOR DE TESIS

Docente de la Facultad de Ciencias Económicas

Universidad de Guayaquil

hildannabelle@hotmail.com

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme estar con vida con todos los sentidos necesarios para culminar este peldaño de mi vida.

Mi eterna gratitud a la Universidad de Guayaquil, a quienes fueron mis maestros, ya que me proporcionaron el conocimiento necesario a lo largo de esta profesión.

De igual forma quiero extender mi agradecimiento por la dirección de esta tesis a la Econ. Hilda Cevallos Romero por su colaboración y aporte a la culminación en mi trabajo.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a las personas que más amo mis padres, quienes han inculcado en mí, el amor al estudio y constante capacitación; ya que esto nos permite estar preparados para los cambios y retos que se nos presentan en la vida personal y profesional con seguridad y firmeza.

A ellos, que me incentivaron el seguir adelante en los momentos de declinación y cansancio.

Por su apoyo constante sobre todas las cosas, a ustedes va dedicado,

Deyvi

ÍNDICE

PORTADA	1
REPOSITORIO DE SENESCYT	2
INFORME DEL TUTOR	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA	5
ÍNDICE	6
ÍNDICE DE CUADROS	8
ÍNDICE DE IMAGENES	9
ÍNDICE DE FLUJOGRAMA	10
INDICE DE GRAFICOS	11
INTRODUCCION	12
HIPOTESIS Y OBJETIVOS	13

CAPITULO I

EI REGIMEN TRIBUTARIO ECUATORIANO	14
I.1. EVOLUCIÓN	15
I.2. FUNDAMENTO	19
I.3. NACIMIENTO Y CREACIÓN DE LA NORMA TRIBUTARIA	19
I.4. SEGMENTOS DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	21
I.5. FUNDAMENTO NORMATIVO	24
I.6. FUNDAMENTO IMPOSITIVO	25
I.8. PODER TRIBUTARIO	26
I.8. POTESTAD IMPOSITIVA	27

CAPITULO II

ECUADOR Y SU RÉGIMEN TRIBUTARIO	
II.1. IMPUESTOS DE RECAUDACIÓN NACIONAL	30
II.2. ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA	32
II.3. ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	33

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO #1

CUADRO COMPARATIVO; LOTERIA TRIBUTARIA, SU DENOMINACIÓN, Y SORTEO	45
--	----

CUADRO # 2

DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL 2014	58
---	----

CUADRO # 3

GANADORES DEL OCTAVO SORTEO DE LA LOTERIA TRIBUTARIA DEL AÑO 2012	59
--	----

CUADRO # 4

GANADORES DEL NOVENO SORTEO DE LA LOTERIA TRIBUTARIA DEL AÑO 2013	60
--	----

CUADRO # 5

GANADORES DEL DECIMO PRIMER SORTEO DE LA LOTERIA TRIBUTARIA DEL AÑO 2014	61
---	----

CUADRO # 6

SOBRES A NIVEL NACIONAL	67
-------------------------	----

CUADRO # 7

CUMPLIMIENTO DE LA RECAUDACION POR REGION PERIODO ENERO – DICIEMBRE 2013/2014 (CIFRAS EN US\$ DÓLARES)	74
---	----

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN # 1

LOGO REVITALIZADO DE LA IMAGEN DEL SISTEMA DE RENTAS INTERNAS	55
---	----

IMAGEN # 2

LOGO PROMOCIONAL DE LA LOTERÍA TRIBUTARIA AÑO 2010	56
--	----

IMAGEN # 3

LOGO PROMOCIONAL DE LA LOTERÍA TRIBUTARIA MAYO DEL 2013	56
---	----

IMAGEN # 4

LOGO PROMOCIONAL DE LA LOTERÍA TRIBUTARIA AÑO 2014	57
--	----

IMAGEN # 5

LOGO PROMOCIONAL DE LA LOTERÍA TRIBUTARIA JULIO DEL 2014	57
--	----

IMAGEN # 6

RECAUDACIÓN EFECTIVA 2000-2013	75
--------------------------------	----

ÍNDICE DE FLUJOGRAMA

FLUJOGRAMA # 1

POTESTAD IMPOSITIVA. 28

FLUJOGRAMA # 2

PROCEDIMIENTO DE SORTEO REGIONAL 63

FLUJOGRAMA # 3

PROCEDIMIENTO DE SORTEO NACIONAL 64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1

DIVISION DE LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA 23

GRÁFICO # 2

DIVISION DE LA PRESION TRIBUTARIA 40

GRÁFICO # 3

RECEPCIÓN DE SOBRES A NIVEL NACIONAL 67

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, tiene como propósito analizar el impacto que ha tenido la publicidad en la recaudación tributaria, y, a su vez determinar si ayudó a mejorar la recaudación fiscal. Cuestionando si las bondades esperadas por la publicidad, son compatibles con los resultados esperados. Dentro de este contexto; detallar si la publicidad tuvo como objetivo central satisfacer las necesidades de información de los consumidores respecto de la oferta de bienes y servicios. En este contexto, la publicidad se transforma en un referente a la hora de dictar pautas de comportamiento, formas de relación, valores y aspiraciones, nuevos estilos y modas.

Uno de los objetivos fue conocer el posicionamiento que tiene la marca; (Lotería Tributaria) en la mente de los usuarios. Para con esto, poder conocer si las nuevas estrategias le permiten ser competitiva, y si logró mayor participación en el mercado en el que se opera.

HIPÓTESIS

La aplicación de un plan de Promoción Tributaria incrementará la recaudación de impuestos en el Servicio de Rentas Internas SRI.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la estrategia de comunicación para posicionar en la mente de los contribuyentes la “Lotería Tributaria” con el propósito de fomentar la cultura tributaria en la población.

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el marco jurídico ecuatoriano en el ámbito tributario interno enfocado a la Lotería Tributaria.
- ✓ Plantear estrategias para los contribuyentes cumpliendo con la normativa legal vigente.
- ✓ Estudiar los beneficios que permite la ley de régimen tributario interno.

CAPITULO I

EL REGIMEN TRIBUTARIO ECUATORIANO

Con los años la tributación ha adquirido un papel fundamental para los estados, llegando incluso, a establecer su posición económica en referencia con el medio imperante. En este sentido es importante ilustrar con nociones doctrinales básicas los regímenes tributarios, mismos que, en un sentido amplio se constituyen como el fundamento de la economía, al ser generador de la mayor fuente de ingreso con que cuentan los países.

Con facilidad se puede confundir el régimen, con sistema tributario, por lo que, debemos ser contundentes al afirmar que son nociones diferentes y de diversos alcances. El sistema *"implica cierta coherencia de los diferentes impuestos entre sí, con el sistema económico dominante y con los fines fiscales y extra fiscales de la imposición"*¹

Por el contrario, régimen es el conglomerado legal que regula las relaciones entre el fisco y los contribuyentes, traducido en normas de carácter jurídico contenidas en cuerpos legales; como el Código Orgánico Tributario.

En la actualidad pocos son los estados que cuentan con un sistema tributario, en casi todos los países latinoamericanos se detecta la presencia de los regímenes tributarios, pero, no de sistemas como tal.

Esto, se podría demostrar tomando en cuenta el desarrollo económico que existe en estos países; ya que, no se puede olvidar el papel que cumple la economía en la determinación del medio a través del cual se regula la estructura impositiva de un Estado.

En nuestro país no se puede discutir de la presencia de un sistema tributario, ya que la estructura de la tributación es la de un régimen tributario, al punto, que la constitución se le da dicha denominación, en consideración a que no

¹ SHMOLDERS, Gunter. Teoría General del Impuesto, Traducción de Luis A. Merino, Madrid, Revista Editorial de Derecho Financiero. 1962 pg.221

reúne las características y componentes que debería tener para llegar a consolidarse como un verdadero sistema. Por lo expuesto, se puede considerar que por las exigencias económicas de hoy, los estados se ven obligados a evolucionar sus lineamientos jurídicos con rumbo a una economía que sea de carácter mundial, por lo que, resulta de mucha importancia que esta evolución incluya el paso de los regímenes tributarios hacia sistemas tributarios que permitan a los estados hacer uso de las estructuras impositivas para el logro de sus metas, contar con una verdadera política fiscal, ya que es evidente que es imposible desligar el ámbito tributario del económico, por lo tanto, los estados siempre deben tener en cuenta que cualquier alteración de la economía influye en la tributación o viceversa.

“No se puede decir que la tributación en nuestro país comenzó con la conquista española, ya que existen indicios de que comenzó mucho antes, con la llegada de los españoles en 1530, con el establecimiento de formas de intercambio comercial, se da lugar a la creación de tributos, cuyos pasivos generalmente fueron los indígenas, lo cual marcó desde su inicio la presencia de un Régimen tributario injusto, que generó, la tolerancia del pueblo y fue causante de grandes guerras, que a pesar de que el Ecuador logró la independencia de la colonia española, las injusticias en el Régimen tributario aún permanecieron durante muchas décadas más”.²

I.1. EVOLUCIÓN

La tributación no se puede manifestar ajena a los ámbitos económicos, sociales y políticos de los estados, menos desestimar la evolución histórica la cual representa el nacimiento de estos instrumentos.

Con fines de sistematización, vamos a distinguir un poco el proceso evolutivo del Régimen Tributario ecuatoriano, sin que, ninguna de ellas sea totalmente definida en el tiempo, o, en su conceptualización;

² ERAZO Galarza, Daniela Estefanía. Evolución Histórica de las Principales Regulaciones Constitucionales y Legales del Régimen Tributario en el Ecuador. Corporación de Estudios y Publicaciones. Primera Edición Quito 2013

- ***Etapas Aborígenas o Precolombinas***; aunque no son claras y precisas las referencias documentales, según los historiadores nacionales durante este tiempo Incásico y antes de él se vivía un auténtico comunismo primitivo, por el cual los bienes de producción y consumo, son del INCA, o ESTADO, él repartía entre los miembros de la comunidad conforme a sus necesidades, sin que, por lo mismo se concibieran los tributos como nosotros los consideramos ahora.

- ***Etapas Coloniales***; durante el tiempo que dura la dominación española en América, se presentan sistemas tributarios definidos que convergen básicamente en una sola dirección, la explotación de los pueblos conquistados. Muchos mecanismos se idearon con esa finalidad.
 1. *Las encomiendas*; sistema socio-económico social de explotación indígena por el cual se entregaba grandes extensiones de tierras al español (en comendadero), para que se beneficie de todo lo que en ella se encuentre.
 2. *Las mitas*; los hombres comprendidos entre 18 y 55 años, debían en favor de la Corona trabajar 6 meses al año en las minas de metales preciosos, lavaderos de oro.
 3. *Los obrajes*; las mujeres y niños eran utilizados en telares e hilares de propiedad del español.
 4. *Los amofarifazgos*.- termino árabe, que significa; "tributo aduanero", eran los impuestos de traspaso de frontera. Constituyen un antecedente a las actuales Leyes Arancelarias y Aduaneras que rigen a las importaciones y exportaciones.
 5. *Las alcabalas*; este impuesto recayó sobre la transferencia de productos, con exclusión de los llamados de primera necesidad, sin lugar a dudas, un impuesto a las transacciones mercantiles que dieron origen a la célebre revolución de las alcabalas promovidas por la clase burguesa y comerciante.

6. Contribución de Indígenas.- sustituyó a las encomiendas, consistía en el pago de un peso por cada indígena, sumiendo en más pobreza a la clase menesterosa del país.

7. Diezmo y Primicias.- décima parte de algo, sea cosecha, o producción. En gran parte era en beneficio de la Iglesia, el Estado en menor proporción.

- **ETAPA REPUBLICANA;** ésta comienza cuando el Ecuador se declaró independiente de la Gran Colombia en la asamblea de Riobamba septiembre de 1830, sin que ello haya significado de modo alguno, cambio en los sistemas de explotación a la clase más pobre. Lo único rescatable en el plano jurídico es el establecimiento como norma constitucional el Principio de Reserva de Ley, esto es, que solo por Ley se puede establecer un tributo.

En 1884, por referencias del Dr. Eduardo Riofrió, podemos saber que aparece un intento de Código Fiscal, obra de un señor apellido Núñez, que a pesar de no tener contenido exacto, muestra el interés de que en Ecuador existió gente preocupada y estudiosa de los problemas económicos del Estado.

A fines del siglo pasado, se establece un impuesto llamado "capital del giro", sobre las industrias, comercio y bancos, que con varias reformas posteriores podría decirse que tiene vigencia.

Las normas jurídicas en materia tributaria y financiera no seguían un sistema técnico armónico, se legisló indistintamente, entremezclándose las normas con leyes que muchas veces no tenían objetivo tributario.

En 1912, se expide la primera Ley de Impuestos de Herencias, la que sería modificada continuamente e incluso codificada en 1927, hasta llegar a la última en 1986, reformada en 1989 en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Un hecho trascendental ocurre en las década de los veinte, el gobierno de Isidro Ayora contrata los servicios de la Misión KEMMERER, la cual con amplios conocimientos económicos organiza el sistema financiero nacional. A ellos se le debe la creación del Banco Central del Ecuador, la Superintendencia de Compañías, Contraloría General de la Nación; que luego se llamaría Contraloría General del Estado, Caja Nacional de Pensionistas; luego se llamaría Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), y, en materia tributaria se les debe la expedición de la Ley de Impuestos a los Ingresos (Renta), ya que, contemplaba las tres principales tipos de renta sometida a impuestos; sobre el trabajo, el capital y mixta. Esta Ley, dice algo sobre reclamos administrativos e impugnaciones; aunque, no en forma clara y concordante, sin embargo básicamente es la misma que tras muchas y constantes reformas rige nuestro sistema legal.

- ***Etapas del Derecho Tributario***; las críticas y quejas dieron sus resultados; ya que, mediante Decreto Ley de emergencia N° 10 publicado en el RO N° 847 del 17 de junio de 1959, se crea y organiza el TRIBUNAL FISCAL, organismo jurisdiccional independiente de la Administración Tributaria y aún organismo de la Función Jurisdiccional. El principal inspirador y autor de esta gran reforma fue el tributarista Dr. Eduardo Riofrio Villagómez.

Durango Washington, (1993) señala; “Que procuró trazar un sendero organizado y orientador a la administración de justicia tributaria en todas sus fases, principios y doctrinas. Este es el punto de partida del Régimen Tributario Ecuatoriano.”³

³ DURANGO, Washington. Legislación Tributaria Ecuatoriana. Corporación de Estudios y Publicaciones. Segunda Edición. Quito 1993

I.2. FUNDAMENTO

Fundamentalmente los principios tributarios se encuentran plasmados en el art. 300 de la Constitución ecuatoriana. Y, el Código Orgánico Tributario, en el art 51, establece; los principios de legalidad, generalidad, igualdad, proporcionalidad e irretroactividad"... dejando ver que en el caso ecuatoriano existen ciertos principios que se encuentran contenidos en la ley; y, sin embargo aún no han sido elevados a rango constitucional, o por el contrario se encuentran contenidos únicamente en la constitución, donde no será necesario su incorporación a la norma tributaria ya que como se ha mencionado cuenta con una categoría superior y su aplicación es directa y necesaria tanto para administradores como para administrados.

Felipe Iturralde sostiene; "los principios del régimen tributario, tutelan al sistema tributario, entiéndase que, incluye y guía el ejercicio del poder tributario, entendido como la facultad soberana del Estado de establecer, modificar y extinguir tributos, otorgada con privacidad en el Ecuador a los órganos legislativos nacional y seccional"⁴, y, recalca que a partir del mandato constitucional se dan vida a los principios del régimen tributario y se estructura.

I.3. NACIMIENTO Y CREACIÓN DE LA NORMA TRIBUTARIA

El Código Tributario sugiere que el nacimiento de la norma se da cuando se efectúa el presupuesto determinado por la ley para establecer el tributo. Entiéndase, desde el momento en que se produce el hecho generador establecido por la ley.

El hecho generador contemplado en la norma para cada tributo deberá tener la descripción material del hecho, la individualización del sujeto pasivo que

4 ITURRALDE Dávalos, Felipe. Principios Tributarios en el Ámbito del Derecho Positivo. "Memorias de III Jornadas Ecuatorianas de Derecho Tributario" Quito Instituto Ecuatoriano de Derecho Tributario, 9 y 11 de julio de 2013

estará obligado a cumplir con el pago del tributo, el lugar y el tiempo en el que nace o se configura la obligación tributaria.

Si el sujeto pasivo se encuentra en la hipótesis prevista legalmente, nace para él, la obligación tributaria.

Algo fundamental al momento de aplicar la norma tributaria, es conocer la supremacía que esta tiene, en relación con otras, debido a su especialidad en la materia.

La Función Ejecutiva es la encargada de crear anualmente el presupuesto y la programación presupuestaria cuatrianual; luego la envía a la Asamblea Nacional, que es la que comprobará que tanto la proforma, y la programación estén ajustadas a la Constitución, la Ley y al Plan Nacional de Desarrollo, con el propósito de aprobarla u observarla.

De acuerdo con Jarach (1996), el presupuesto es; *"el plan de economía del sector público, que incluye todos los gastos (en defensa, salud, educación, etc.) que realizará el Estado en un determinado año y todos los recursos (tributos, emisión de deuda, empréstitos, etc.), necesarios para financiarlos. Sin embargo, es más que un conjunto de gastos y recursos"*.

Según el artículo 2 del Código Orgánico Tributario "las disposiciones del Código Tributario y de las demás leyes tributarias, prevalecerán sobre otra norma de leyes generales".

Ni la administración, ni los órganos jurisdiccionales pueden aplicar las leyes o decretos que de cualquier manera contravengan lo señalado.

En el campo penal tributario, la supremacía de las normas tributarias también se refleja expresamente.

Entre las normas tributarias o normas con contenido tributario, en cambio, es importante mencionar que prevalecerá siempre la Constitución, seguida de los Convenios o Tratados Internacionales; Decisiones de la Comunidad Andina,

por ejemplo. Posteriormente el Código Orgánico Tributario y la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, que cuentan con la categoría de leyes orgánicas, misma que fue conferida por la Ley reformativa para la Ley de Equidad Tributaria en el Ecuador, después vendrán otras leyes comunes; como, la Ley del Ruc, Ley de Comprobantes de Venta y Retención; a continuación los reglamentos y por último, las resoluciones de carácter general.

La norma tributaria en el artículo 17 del Código Orgánico Tributario, señala además, que cuando el hecho generador se delimite atendiendo a conceptos económicos, el criterio para calificarlos tendrá en cuenta las situaciones o relaciones económicas que efectivamente existan o se establezcan por los interesados, con independencia de las formas jurídicas que se utilicen.

Cuando hablamos de hecho generador, es necesario, vincularlo con el concepto de determinación; pues, es esta facultad de la Administración y deber del contribuyente que hace posible la depuración del hecho generador, el sujeto obligado, la base imponible y la cuantía del tributo.

De lo mencionado, se afirma claramente que, en defecto de alguno de los elementos que según la Ley debe concurrir a integrar el hecho imponible, el efecto jurídico esencial previsto por la norma para el caso de su realización, esto es, el que se origine el nacimiento de la obligación tributaria, no podrá producirse.⁵

I.4. SEGMENTOS DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

La Administración Tributaria, es una rama especializada de la administración pública que requiere de una organización competente, dotada de facultades que permiten la realización inmediata y práctica de las leyes tributarias, mediante una gestión eficaz y eficiente.

⁵ GONZALEZ, Eusebio y LEJEUNE, Ernesto. op. cit. pág. 216

La Administración Tributaria está integrada por segmentos distintos y separados; la determinación y la recaudación de los tributos; y, la resolución de las reclamaciones que contra aquellas se presenten.

De esto se puede señalar que, *"la administración, busca hacer efectivas las exacciones tributarias, para lo cual utiliza las facultades que la ley le pone, obligaciones que son precisas en el cumplimiento de su cometido"*.

La organización tiene un fin, administrar los tributos, el cual se obtiene mediante la gestión del ente legal para conseguir el cometido.

La determinación; los actos de determinación tienen efectos jurídicos variables, dependiendo de la legislación que se trate, algunos le asignan efectos constitutivos de la obligación tributaria; mientras, otros le asignan efectos declarativos, como es el caso de nuestra legislación. (Art. 68 Cód. Tributario).

Cabe señalar que la determinación está compuesta de la actividad administrativa, y no jurisdiccional, la cual consolida la pretensión del organismo administrador, no declara derechos, y, como consecuencia puede ser revocable de oficio o a petición de parte. Ya que, constituye una actividad reglada.

Según el artículo 15 del Código Orgánico Tributario;

"La recaudación de los tributos; esta viene como consecuencia lógica de la determinación, la pretensión principal radica en hacer efectivas las obligaciones tributarias, de ahí que el monto resulte de la determinación correspondiente, luego de la aplicación del tributo, se convierte en la denominada deuda tributaria, la cual puede ser satisfecha en dinero, especies o servicios cuando la Ley faculte esta forma de extinción".

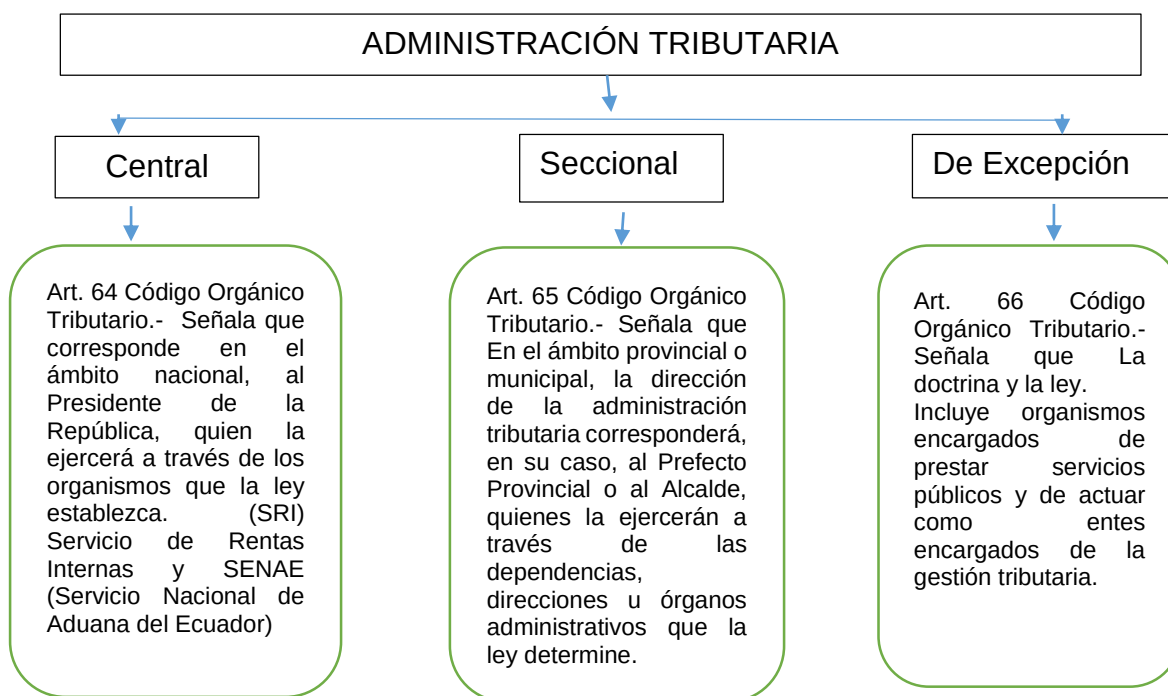
En la resolución de las exigencias; la administración tributaria está obligada atenderla mediante resolución motivada, dentro de los plazos señalados, las peticiones, reclamos, consultas y recursos que se propongan, tanto por parte de los contribuyentes, responsables o particulares, obligación de la administración que nace como corolario del derecho constitucional de petición previsto en el art. 66, numeral 23 de la Constitución, en concordancia con el art 69 del Cód. Tributario.

Las resoluciones, al ser actos administrativos, deben cumplir con las formalidades exigidas para que surja efecto; es decir, deben ser emitidos por escrito, por la autoridad competente, motivadas, referirse a todas las cuestiones planteadas y ser notificadas a las partes interesadas. En el SRI, las autoridades competentes para resolver peticiones y reclamos son los Directores Regionales del Servicios de Rentas Internas, del domicilio del peticionario o reclamante y privativamente para atender el recurso extraordinario de revisión y la absolución de consultas, el Director General del Servicio de Rentas Internas.

Este organismo administrativo es conocido como Administración Tributaria, misma que, para el logro de sus fines, y por la naturaleza misma de la imposición se divide en Administración Tributaria Central, Administración Tributaria Seccional y Administración Tributaria de Excepción.

GRAFICO # 1

DIVISION DE LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA



Fuente: Código Orgánico Tributario

Elaborado: El autor

I.5. FUNDAMENTO NORMATIVO

El Fundamento Normativo del Régimen Tributario, es amplio, ya sea como fundamento de los temas constitucionales tributarios; que tratan principalmente de la potestad tributaria o de creación de tributos, de los principios de este ámbito y en general del sistema tributario visto de un modo global.

- ✓ La Constitución; establece como se crean los tributos; además, de regular la potestad tributaria, o poder tributario. Misma que es una de las manifestaciones de la soberanía de los estados.
- ✓ El modelo de Código Tributario para América Latina, enumera un orden jerárquico: En el derecho tributario siempre, se debe observar el orden jerárquico constitucional. *"Las leyes constitucionales; los convenios internacionales; las leyes y actos con fuerza de ley; y, las demás reglamentaciones y disposiciones de carácter general establecidas por los órganos administrativos facultados para el efecto"*.
- Las normas internacionales, señalan; la potestad tributaria en el ámbito internacional, sigue teniendo como fundamento la voluntad de los Estados; ya que, aun no se ha reconocido su vigencia plena de carácter autónomo y desvinculado.
- Los tratados internacionales son fuente normativa del régimen tributario. Valdés Costa (2001), señala que, *"cuando se refiere a las normas internacionales y comunitarias de carácter tributario, y a la posición constitucional de los países señala que; la tendencia es el reconocimiento franco de que prevalecen las normas internacionales sobre las nacionales, inclusive en el caso que estas últimas sean posteriores a las primeras y contengan textos que contradigan"*.⁶

⁶ VALDES Costa Ramón 2001, Curso de derecho tributario, Bogotá, TEMIS. Tercera Edición pg. 241-246

- La Ley; como fuente de importancia para el régimen tributario, sirve para su creación, modificación y supresión de los tributos; así como también, para definir sus elementos principales, lo que constituye un soporte para la seguridad jurídica. Esto se llama "*reserva de ley*".
- Jurisprudencia y sus precedentes.
- Los reglamentos.

I.6. FUNDAMENTO IMPOSITIVO

Actualmente, la obligación de contribuir de los ciudadanos a las arcas fiscales mediante la cancelación de tributos reconoce como única fuente a la ley.

He ahí la importancia de analizar de una manera adecuada la facultad reglamentaria del SRI.

No es desconocido que desde la antigüedad los tributos eran establecidos de manera injusta y por la fuerza como una expresión del simple ejercicio de poder, pues estos eran constituidos a los pueblos conquistados, a las clases trabajadoras y peonas sometidas al poder del monarca o del señor feudal.

Sin embargo, ya en el imperio romano surgieron nuevos conceptos que serían en el futuro la base principal para las finanzas públicas de todos los Estados, así es, como se concibió al fisco, como concepto ideado sobre la base de una ficción jurídica; que no se encontraba bien definida.

Que estaba encargado de la gestión económica romana mediante el cobro de los impuestos y todo tipo de cargas económicas de la plebe.

Es así que a través de la historia, el fundamento impositivo no surgió abruptamente en el sistema tributario, sino que fue generándose paulatinamente.

Varios tratadistas señalan acontecimientos acaecidos en Inglaterra y Francia en los siglos XI, XII como indicios de su origen. Exactamente con la Carta Magna, por parte del rey Juan I de Inglaterra, hay incipientes señas de cuando

se estableció, ya que, al imponer contribuciones el soberano necesitaba la aprobación del Gran Consejo, conformado por barones y prelados ingleses. El móvil que impulsó el establecimiento de ese requisito fue limitar la arbitrariedad del monarca, es decir, nació por conveniencia de una clase social; de ahí, que la representación para la imposición de los tributos no es propiamente del pueblo, sino de los denominados nobles, por lo que no se puede hablar de un fundamento impositivo, en su expresión actual.

Compartiendo el criterio de Valdés Costa (1996), la imposición fue inspirada en la doctrina de Locke, para quien "sin lugar a dudas los impuestos son necesarios, pero no pueden ser impuestos sin el consentimiento de la mayor parte de los sectores de la sociedad, o por aquellos que los representan o que fueron elegidos por estos".⁷

I.7. PODER TRIBUTARIO

Todo Estado, puede imponer cargas a todos los ciudadanos, este ejercicio, en doctrina es conocido como *"potestad o poder tributario"*, así *"recibe el nombre de poder tributario la facultad del estado por virtud de la cual puede asignar a los particulares la obligación de aportar una parte de su patrimonio para el ejercicio de las facultades que le están encargadas"*.

Al actuar el Estado como administrador del bien común, debe en todo momento gestionar brindar servicios públicos de insuperable calidad, y más que nada que estén al alcance de todas las personas.

Por lo tanto, el Estado, tiene el poder de crear obligaciones a fin de cubrir las necesidades.

El poder tributario puede ser originario o delegado:

- ✓ Es originario cuando nace de la constitución, y por tanto no se recibe de ninguna otra entidad.

⁷ VALDES Costa Ramón 1996, Instituciones de derecho tributario, Buenos Aires, Depalma. pg. 125

- ✓ Es delegado, en cambio, cuando la entidad política lo posee porque ha sido transmitido, a su vez, por otra entidad que tiene poder originario.

Es decir, que el poder tributario, nace de un acto legislativo de autoridad competente. Sin embargo, dicho poder ya sea originario o delegado, no tiene alcance ilimitado, ya que el Estado no puede caer en arbitrariedad, y siempre tendrá que ir ceñido a la ley, y en pro de la defensa de los derechos de los contribuyentes, reflejados en los principios del régimen tributario ya mencionados, y más que nada en el principio de capacidad contributiva.

El Estado en actuación de dicho poder puede establecer los condicionamientos necesarios para la creación de la relación jurídico tributaria y por lo tanto, de la obligación tributaria.

I.8. POTESTAD IMPOSITIVA

Una vez establecido el perímetro del poder tributario, se debe señalar que, para la cumplir con sus fines, el Estado en ejercicio de su soberanía, ha delegado y otorgado ciertas potestades y capacidades a determinados entes creados con el fin de recaudar y administrar los diversos ingresos económicos provenientes de actividades de orden tributaria.

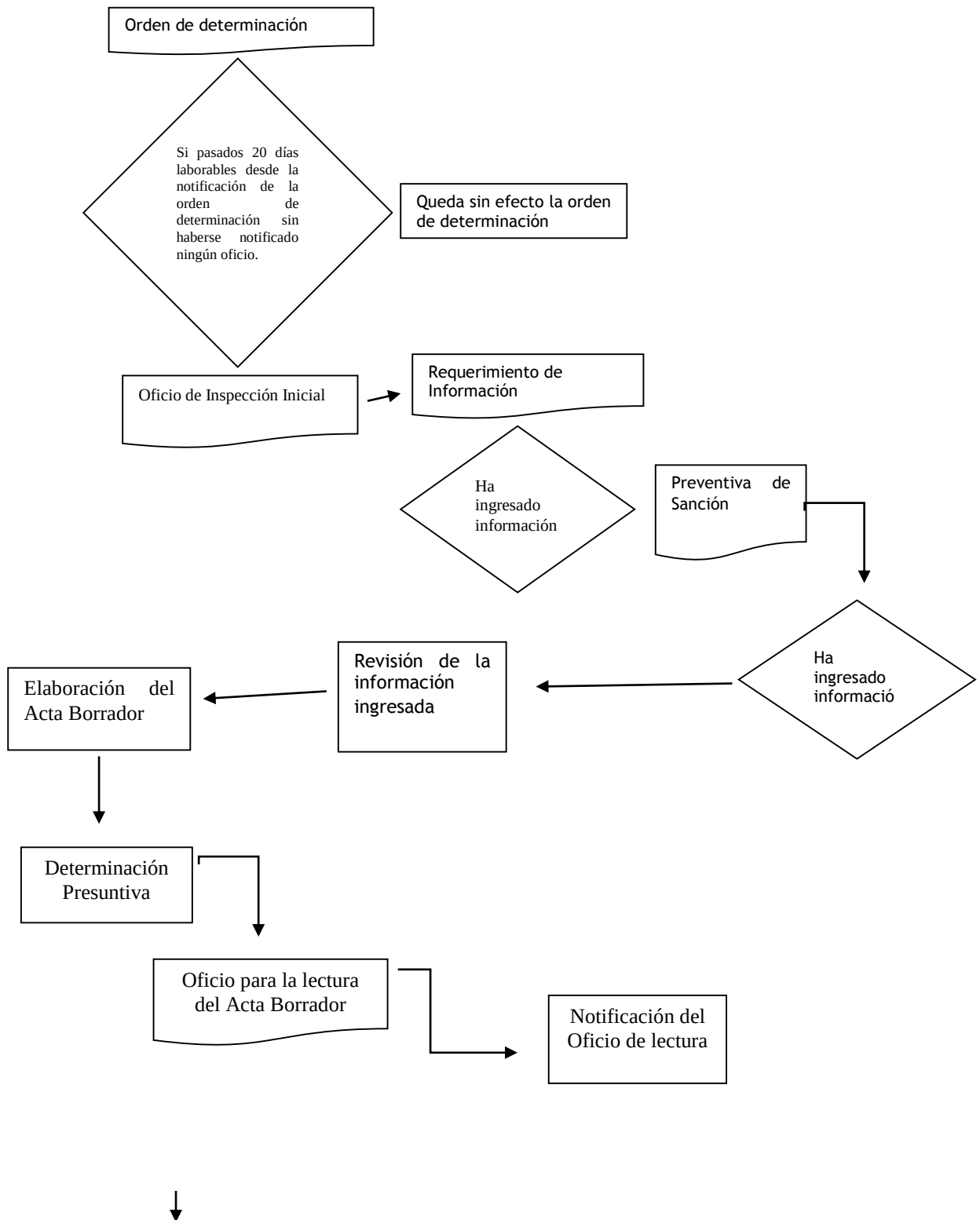
La potestad impositiva, a pesar de ser regulada por la ley, corresponde a los entes creados para el efecto, Servicio de Rentas Internas (SRI), servicio nacional de aduanas del Ecuador (SNAE), y gobiernos autónomos descentralizados, en lo referente a los impuestos que manejan, incluso en ciertos casos de organismos de excepción.

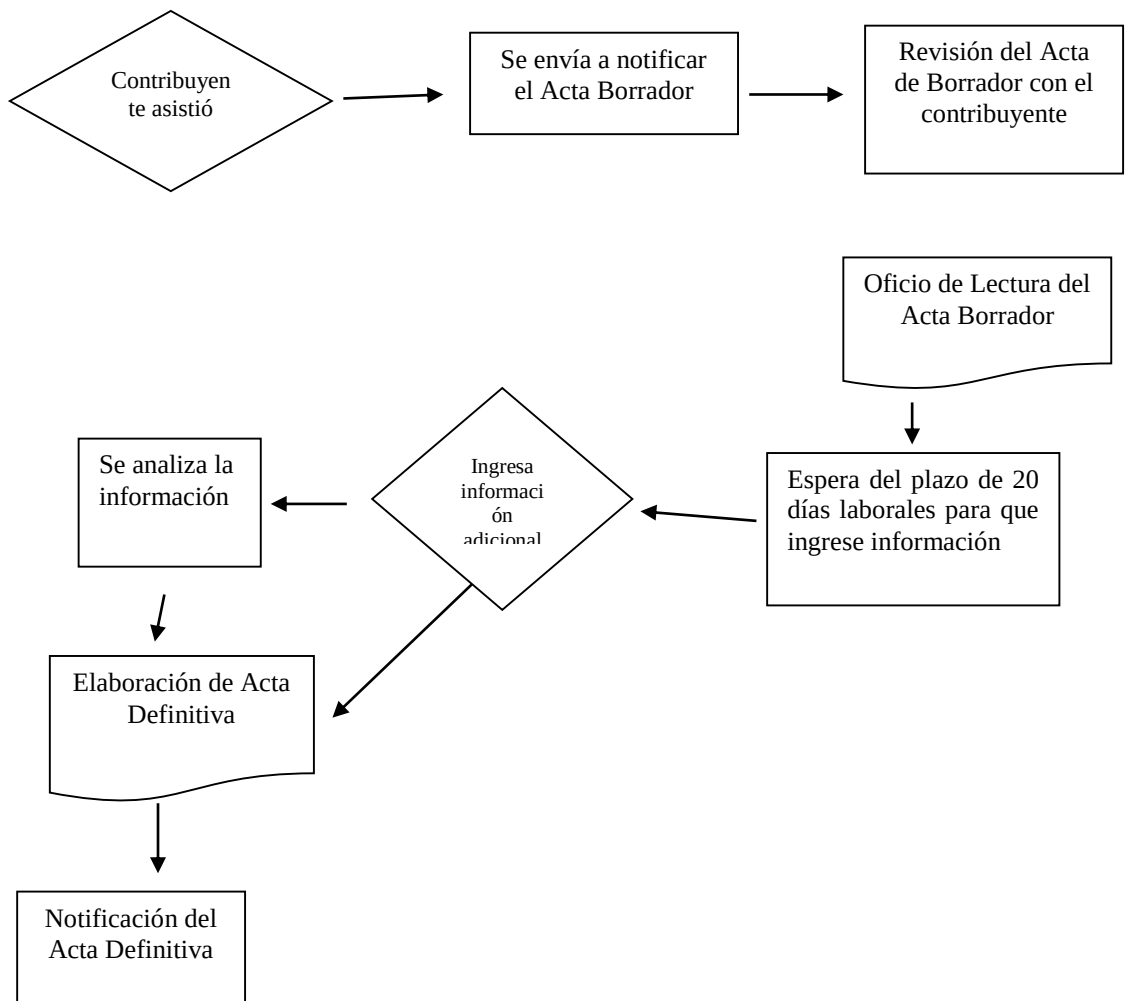
Parecería que su concepto se orienta al denominado poder tributario, lo cual se justifica en el sentido de que la potestad impositiva proviene de dicho poder, y que, por lo tanto sin el mismo no podría hacerse efectiva.

En base a la ley orgánica de régimen tributario interno, ejecutando su potestad impositiva se lo presenta en el Flujograma a continuación.

FLUJOGRAMA #1

POTESTAD IMPOSITIVA





Fuente: Código Tributario, Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno
Elaborado: El autor

CAPITULO II

ECUADOR Y SU RÉGIMEN TRIBUTARIO

II.1. IMPUESTOS DE RECAUDACIÓN NACIONAL

Si destacamos dos hechos importantes; el primero, que el impuesto al valor agregado, a consumos especiales y a la renta, son las columnas principales que sustentan la estructura del Régimen Tributario Ecuatoriano; su función fiscal y parafiscal de cada uno de ellos los convierte en tributos indispensables para el sostenimiento; con su evolución histórica nos refleja la importancia de aquellos, toda vez que su flexibilidad ha permitido durante el paso del tiempo acoplar el régimen a las circunstancias cambiantes del Estado; en segundo lugar, que las circunstancias a las que se hace referencia, consisten básicamente en mejorar la recaudación fiscal con el objeto de disminuir la dependencia ecuatoriana a los ingresos petroleros o la deuda externa; utilizar los impuestos como instrumentos de la política gubernamental y convertir a los contribuyentes en partidarios de la política implementada.

Para Shome, *“cuando una estructura tributaria se convierte en ley, es el administrador quién decide la que se ejecuta y la que no, qué parte se modifica para simplificar su aplicación práctica, para alcanzar mejores objetivos de recaudación, o qué partes no se aplicarán por no ser efectivas”*. Lo que el contribuyente percibe, es la tutela de la administración tributaria. Hay poca diferencia entre política y Administración Tributaria, la carga del Contribuyente reflejará la estructura como lo establece la legislación. A medida que las diferencias se acrecientan, la carga que soporta el contribuyente comienza a reflejar cada vez más la manera en que se administran los impuestos, fuera del marco establecido por la estructura tributaria.

Se registra que los tributos son las prestaciones que exige el Estado en ejercicio de su poder, al amparo de la Ley, sobre una base de la capacidad contributiva del sujeto pasivo, mismas que son satisfechas en dinero; generalmente, con la finalidad de asignarle ingresos, para que éste cumpla con su inversión y redistribución.

Se puede resaltar como punto principal, que el Estado ejerce su poder sobre el sujeto pasivo, colocando la carga tributaria de forma individual lo cual sin embargo, no refleja un poder ilimitado, pues éste se circunscribe a lo dispuesto por la ley.

En resumen, la capacidad contributiva del sujeto pasivo es importante, porque, es la que permite la ejecución del hecho generador, para establecer su sujeción tributaria o no.

La Ley Reformativa para la Equidad Tributaria en el Ecuador y las posteriores leyes reformativas obliga a que los impuestos administrados por el Servicio de Rentas Internas, y, la Corporación Aduanera Ecuatoriana, ingresan a la cuenta del tesoro nacional en forma directa, ya que con anterioridad a ella, constaban pre asignaciones establecidas legalmente para cada uno de los tributos señalados.

Dentro del esquema financiero, los impuestos financian servicios públicos generales e indivisibles, es decir, que su beneficio es en general para la colectividad.

Los tributos cuyo hecho imponible no están constituido por la prestación de un servicio, actividad u obra de la administración, sino por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad contributiva del sujeto pasivo, como resultado de la posesión de una propiedad, la circulación de bienes o la adquisición de rentas.

II.2. ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA

El derecho tributario recoge al término renta en su acepción económica. Troya conceptúa el beneficio o producto que genera un bien o el ejercicio de una actividad. Para que la renta económicamente considerada tenga incidencia tributaria, se requiere que la misma provenga de la fuente que la ley califique como generadora de beneficios imponibles, que la explotación de esa fuente la cumpla un sujeto obligado al cumplimiento de obligaciones tributarias; y, que la producción de la misma tenga caracteres temporales. El Impuesto a la Renta es un tributo directo, que graba la manifestación más pura de riqueza del sujeto pasivo, es decir sus ingresos.

A breves rasgos se puede describir al Impuesto a la Renta como un impuesto generalmente de orden nacional; es un tributo de período, generalmente anual y suele coincidir con el año calendario, causando el último día del periodo fiscal; puede gravar exclusivamente las rentas o establecer un régimen impositivo sobre la posesión de bienes (patrimonio), independiente a la producción de ingresos provenientes de este; suele obligar tanto a personas naturales como a jurídicas o es factible que mantenga un régimen de exclusividad para una las figuras en particular, generalmente personas naturales.

La tributación justa se da en la medida en que se le reconoce al sujeto pasivo la capacidad económica como la prioridad para solventar gastos básicos tanto propios como de dependientes y donde se tributa en relación a su verdadera capacidad contributiva.

En el Ecuador este impuesto representa uno de los ingresos corrientes más importantes para el Estado, la trascendencia del mencionado gravamen, radica en los requerimientos presupuestarios de la institucionalidad estatal de satisfacer las necesidades públicas, en principio esa es la principal peculiaridad de los impuestos, no existe una contraprestación directa por parte del Estado por la cuota de riqueza privada que adquiere de los

contribuyentes. Estadísticamente el Impuesto a la Renta es el segundo tributo recaudado por el Servicio de Rentas Internas, en el año fiscal 2009, el Impuesto a la Renta, recaudó alrededor de 2 billones y medio de dólares en relación con los 3 billones y medio recaudados por concepto del Impuesto al Valor Agregado y los casi 500 millones de dólares que recibe de la imposición a los consumos especiales.

II.3. ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Es el impuesto que se paga por la transferencia de bienes y por la prestación de servicios. Se denomina Impuesto al Valor Agregado por ser un gravamen que afecta a todas las etapas de comercialización pero exclusivamente en la parte generada o agregada en cada etapa.

La importancia en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado en los países latinoamericanos, es tal, que llega a ser superior al de los impuestos directos en una relación promedio de 3 a 1.

Para Shome, desde mediados de los años ochenta hasta principios de los noventa, la política tributaria de América Latina ofrece lecciones válidas para otros países emprendedores de reformas. Las innovaciones condujeron a notables incrementos de recaudación.

Brevemente podemos definir al IVA como un impuesto indirecto, que permite que un tercero sea conocido como consumidor final; objetivo, por cuanto no distingue las condiciones del contribuyente ni su capacidad contributiva; real, por cuanto está dirigido no a la persona sino a los bienes y servicios; instantáneo, debido a que tiene efecto inmediato a la verificación del hecho generador; y, monofásico o plurifásico, en el primer caso el IVA es monofásico cuando el bien se traslada o el servicio se presta directamente desde el productor o prestador al consumidor, sin la presencia de intermediarios; en el segundo caso el IVA es plurifásico, por cuanto se verifica la presencia de uno o varios intermediarios, cada uno de ellos genera una nueva fase gravada por el impuesto.

El IVA es un tributo ubicado tradicionalmente en la categoría de impuesto indirecto, por cuanto el hecho generador es el traspaso de dominio de bienes y la prestación efectiva de servicios, siendo el vendedor o el prestador, el principal obligado; no obstante, el impuesto se traslada al comprador del bien o servicio, por lo tanto, es la capacidad de consumo lo que causa el hecho generador; de ahí que el IVA lo termine pagando el consumidor final.

La clasificación de los impuestos por esta condición de repercusión económica; al respecto Llicto Garzón (2008) afirma:

“con el devenir de los tiempos, la doctrina contemporánea ha señalado que la distinción entre impuestos directos e indirectos no es adecuada puesto que los tributos indirectos no son los únicos que pueden trasladarse hacia terceros, sino que económicamente es posible realizar la traslación de la carga impositiva del impuesto a la renta hacia los consumidores, lo cual no grabaría la capacidad contributiva del vendedor sino del consumidor de estos bienes y servicios”⁸

Esta afirmación acogida por el autor, es mercantilmente dable, pero fiscal y jurídicamente inadmisibles, el Impuesto al Valor Agregado es un tributo indirecto en forma general porque siendo sujeto pasivo en calidad de responsable de la obligación el vendedor o prestador de servicios, la carga impositiva la asume el consumidor final, siendo esta metodología claramente concebida por la norma y aprobada por ella; no así el Impuesto a la Renta cuyo responsable es el perceptor de los ingresos y la ley que lo norma no contempla su traslación; el hecho de que económicamente pueda trasladarse financieramente la carga impositiva al consumidor final, bien sea incrementando el margen de ganancia para recuperar el IR causado o mediante otros mecanismos, se puede calificar a estas actividades como

⁸ Llicto Garzón Carlos 2008. “Reformas a la Determinación al Impuesto a la Renta”, obra citada, Pg. 94.

una medida elusiva, un tipo de fraude de la ley y hablando en términos económicos una forma de abuso de las leyes del mercado.

Para aclarar lo manifestado la norma vigente en el Ecuador; expresa que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 63 de la Ley de Régimen Tributario Interno; *son sujetos pasivos del IVA en calidad de contribuyentes;*

- 1. Los que realicen importaciones gravadas, ya sea por cuenta propia o ajena; en calidad de agentes de percepción, en primer lugar las personas naturales y las sociedades que efectúen transferencias de bienes gravados y en segundo lugar las personas naturales y las sociedades que presten servicios gravados; y, en calidad de agentes de retención personas naturales y jurídicas que de acuerdo con la naturaleza de su actividad son calificados como tal en la ley.*

En el artículo 61 de la misma ley se dispone que; *“el hecho generador se verifica en las transferencias locales de dominio de bienes, sean éstas al contado o a crédito, en el momento de la entrega del bien, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, lo que suceda primero, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta; de ahí que el hecho generador no es el consumo si no la transferencia de dominio”.*

Por otro lado, en cuanto a las prestaciones de servicios, el hecho generador se verifica en el momento en que éste se preste efectivamente, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, a elección del contribuyente, hecho que requiere el comprobante de venta.

En el caso de las transferencias locales de dominio de bienes, el hecho generador se verifica en el momento de la entrega del bien o en el instante del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, *“lo que ocurra primero”* según lo dispone la misma ley, esto implica que los consumidores finales no son extraños en la generación de la obligación tributaria como

afirma Garzón, en cuyo caso la traslación del impuesto a un tercero no considerado sujeto pasivo por la norma, no nace de la voluntad del principal obligado, sino más bien se da por el hecho de la intervención del consumidor al solicitar una venta o la prestación de un servicio; que el adquirente o por intermedio de éste un tercero sea el consumidor final del producto resulta irrelevante en este caso particular, es la recepción del mismo o su pago, lo que causa el impuesto, lo que permite afirmar que para estos casos concretos la naturaleza del IVA es de impuesto indirecto, siendo la traslación impositiva una medida justa desde una perspectiva económica y tributaria.

En el caso de uso por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes que sean esencia de su producción o venta, impuesto, de los bienes que sean objeto de su producción o venta, el hecho generador se verifica en la fecha en que se produzca el retiro de dichos bienes; siendo el consumo la causa que origina el impuesto, por lo tanto no podemos hablar de imposición indirecta, toda vez que la misma ley identifica como sujeto pasivo al consumidor, y por ende responsable de la carga impositiva, de ahí que en este caso particular nos encontremos frente a un IVA en calidad de impuesto directo.

En cuanto a la función parafiscal, el IVA permite al Estado intervenir directamente en la economía local y el movimiento del mercado, el hecho de establecer por ley un listado de productos gravados con tarifa 0% o con tarifa fija (actualmente doce por ciento), y pudiendo la ley ser modificada en cualquier tiempo mediante acto legislativo por iniciativa del ejecutivo, permite que este impuesto pueda ser utilizado como instrumento de control de las leyes de oferta y demanda, grabar con tarifa 0% a un producto incentiva su demanda, en tanto que gravarlo con tarifa fija puede ocasionar disminución de la misma; de tal forma, que mediante la instrumentación de este impuesto se puede alterar estratégicamente los ciclos del mercado y controlar la economía local.

II.4. ANÁLISIS DOCTRINARIO DEL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES

El Impuesto a los Consumos Especiales ICE, es un tributo que al igual que el IVA, está catalogado por los doctrinarios como un impuesto de tipo indirecto, además se lo define como un tributo real, objetivo, instantáneo, en concordancia con las características ya descritas del IVA, además se identifica en él un elemento distintivo y muy particular, se trata de un impuesto “monofásico”.

En cuanto a ser un tributo real, a diferencia del IVA, el ICE grava el traspaso de dos tipos de bienes, en primer lugar aquellos catalogados como suntuarios, es decir artículos de lujo y en segundo lugar aquellos identificados como dañinos para la salud, impone gravamen también a la prestación de cierto tipo de servicios igualmente calificados como de lujo. El ICE como un impuesto monofásico, implica que grava exclusivamente un traspaso de dominio, el primero, con la característica de que la carga impositiva la asume el consumidor final.

De lo dicho sobre el ICE hasta el momento resaltan algunos hechos trascendentales; el primero nos indica que este impuesto es uno de los pilares fundamentales que sostienen al Régimen Tributario Ecuatoriano; el segundo, que el ICE es un impuesto multifuncional, esto significa que puede llegar a tener variadas finalidades, tantas como el régimen requiera; y finalmente un tercer hecho por el cual la importancia de este impuesto está generalmente dada no en función de la recaudación, sino en el cumplimiento de fines extrafiscales de diversa naturaleza, convirtiéndose en un mecanismo para alcanzar finalidades si bien no ajenas a la planificación tributaria, son más cercanas a políticas ecológicas, sanitarias, económicas y demás compatibles; en ese sentido, el sustento que le otorga a la estructura tributaria ecuatoriana está dado en razón de dos fuerzas, la primera son los niveles de recaudación, fuerza aunque importante no la primordial como si lo es la segunda, es decir, los fines extrafiscales del

impuesto, que coadyuven a su vez al cumplimiento de las metas de igual naturaleza que soporta el régimen en general.

Como cierre a este estudio doctrinario sobre el ICE resulta apropiado analizar el criterio de Luis Alberto Arias Minaya y Mauricio Plazas Vega quienes sostienen lo siguiente:

“Existen varios fundamentos para la imposición selectiva al consumo, siendo los más importantes tres: a) Son una fuente importante de generación de ingresos. La razón más importante para utilizar los impuestos selectivos al consumo es que se puede recaudar sumas importantes con pequeños efectos distorsionadores, requiriendo costos pequeños de las administraciones tributarias y pocas probabilidades de evasión tributaria, si es que están adecuadamente diseñados. Los bienes afectos a impuestos selectivos tienen grandes volúmenes de ventas, pocos productores, demanda inelástica, fácil diferenciación y ausencia de sustitutos cercanos. b) Permiten la corrección de externalidades negativas”⁹

Este criterio, por demás cierto y apropiado, no hace más que ratificar en pocas líneas todo lo afirmado sobre este impuesto ecuatoriano y sus similares extranjeros; en cuanto a la importancia de su existencia, toda vez que más allá de los importantísimos ingresos que pueda producir para coadyuvar con los fines fiscales del régimen en general, no puede olvidarse además la trascendental función extrafiscal de corregir externalidades negativas y ser herramienta de justicia impositiva, a tal punto que cada bien gravado, intrínsecamente lleve consigo una meta extrafiscal de una naturaleza tal, que permita al régimen tributario vincularse directamente con las políticas económicas, sanitarias, ecológicas y demás compatibles del gobierno; de tal forma que este impuesto pilar fundamental del Régimen

9 Luis Alberto Arias Minaya y Mauricio Plazas Vega. Obra citada. Pg. 41. g

Tributario Ecuatoriano, debe ser diestramente aplicado, gestionado y administrado, en beneficio no solo de la administración tributaria, sino también del Estado y de la ciudadanía en general.

II.5. LA PRESIÓN TRIBUTARIA, LA ELUSIÓN FISCAL Y LA DEFRAUDACIÓN

Para un país, estructurar una política tributaria conlleva siempre un complejo dilema. Por un lado, se busca evitar el efecto nocivo que los impuestos pueden tener en la inversión y el emprendimiento. Por el otro, es necesario sustentar el gasto fiscal, sobre todo, aunque no exclusivamente, en el área social y en la infraestructura.

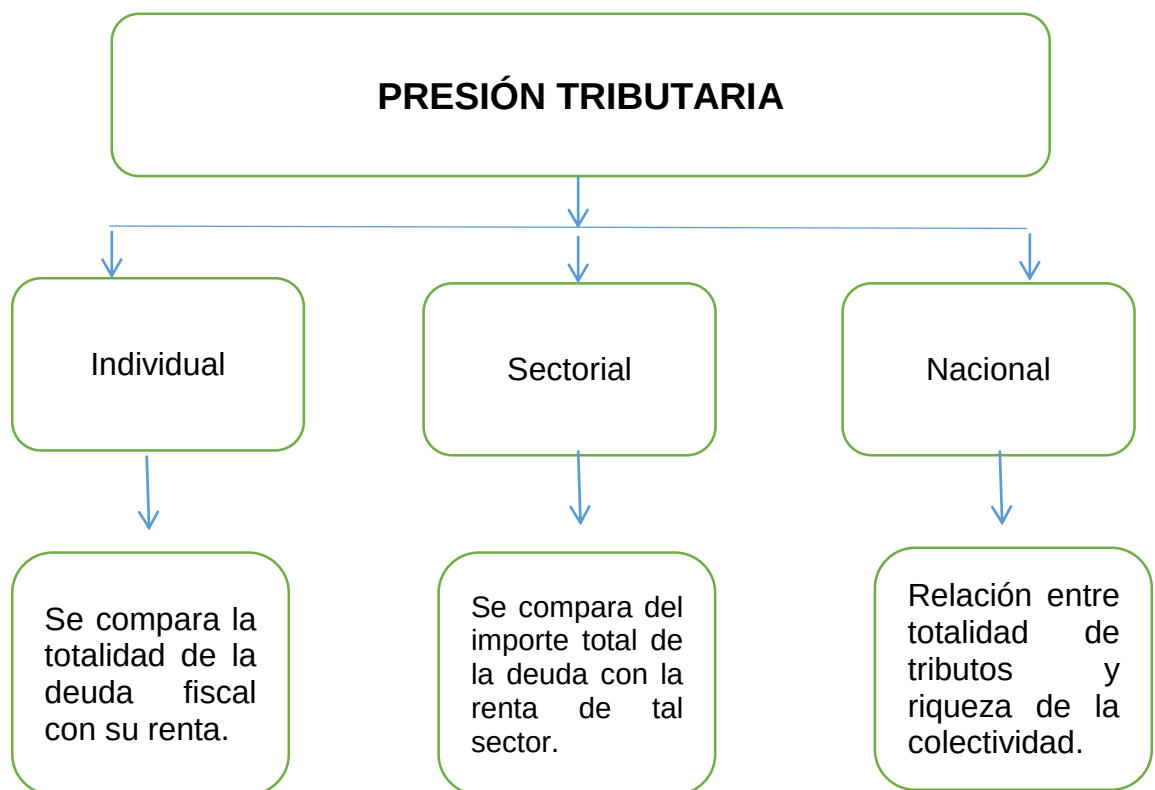
II.5.1. PRESIÓN TRIBUTARIA

Tributaria es un término económico para referirse a la proporción de los ingresos que los particulares y empresas aportan efectivamente al Estado en concepto de impuestos en relación al Producto Interno Bruto. De ese modo, la presión tributaria de un país es, lo que se conoce como el porcentaje del PIB recaudado por el Estado en impuestos. La presión tributaria se mide según el pago efectivo de impuestos y no por el monto nominal que señalan las leyes, de tal modo que, a mayor evasión impositiva menor presión, aunque formalmente las tasas impositivas puedan ser altas. De hecho en los países que tienen una tasa elevada de evasión, el Estado usualmente sube la presión impositiva sobre las sociedades con menos posibilidades de evasión, usualmente, consumidores.

La presión tributaria es la relación que existe entre la exacción fiscal que tiene por una persona física o, un grupo de personas, como una colectividad territorial, y, la renta de que dispone esa persona, grupo o colectividad.

De ese concepto, deducimos que puede haber tres concepciones de presión tributaria.

GRAFICO # 2
DIVISION DE LA PRESION TRIBUTARIA



Fuente: Código Orgánico Tributario
Elaborado: El autor

II.5.1.1. PRESIÓN TRIBUTARIA INDIVIDUAL

En este caso, la relación surge de comparar el importe total de la deuda fiscal de una persona con su renta. Las fórmulas que adopta son discutibles, pues no tiene en cuenta los servicios concretos que el contribuyente recibe. De esta manera, la presión tributaria individual puede ser un importante dato de política fiscal.

II.5.1.2. PRESIÓN TRIBUTARIA SECTORIAL

La relación surge de comparar el importe de la deuda de un determinado sector (agrícola, industrial, comercial, profesional, etc.) con la renta que produce el mismo.

Este porcentaje puede ser un interesante para la política fiscal, pero cabe señalar que en la práctica ha sido difícil establecer la presión tributaria sectorial ante la falta de las estadísticas necesarias.

II.5.1.3. PRESIÓN TRIBUTARIA NACIONAL

Según Cosciani al referirse a la presión tributaria nacional, señala que; presión tributaria nacional es la relación que existe entre el conjunto de tributos y la riqueza de la colectividad,

El francés Lucien Mehl discrepa al afirmar que todo el sacrificio es nulo si, el gasto es igual al recurso público.¹⁰

Para este autor, la presión tributaria expresa el grado de intrusión del poder público en la vida económica y social, además de la importancia de las funciones asumidas por el Estado.

Cuando se dice que la presión tributaria es tolerable o excesiva, se quiere expresar que el sacrificio impuesto a la colectividad por la administración fiscal es tolerable o excesivo.

Es importante señalar que la presión tributaria es un índice muy importante de los factores; a lo que se refiere Mehl, pero lo cierto es que el concepto, en general, se vincula más a la noción del grado de sacrificio que significa la exacción tributaria para la colectividad.

¹⁰ MEHL, Lucien, Elementos del Estado p. 230

II.5.2. LA ELUSIÓN FISCAL

Es un acto lícito cuya finalidad consiste en reducir el pago de los tributos que por ley le corresponde a un contribuyente. Puede ser aprovechando los vacíos existentes en las normas tributarias; aunque, en buena cuenta la elusión fiscal constituye una ventana para no cumplir con las obligaciones fiscales de manera lícita; sin embargo el sistema tributario debe reducir dichos vacíos para impedir que se siga promoviendo este acto que va en contra la política tributaria de un país.

Se diferencia de la evasión tributaria por no ser técnicamente un delito, ni una infracción jurídica, ya que por el uso de tecnicismos legales se le confieren completa legitimidad.

Sin embargo, se distinguen entre ellas por ser conceptuales, ya que resultan ser bastante ambiguas, en particular debido al aprovechamiento de subterfugios legales, además, porque muchas conductas destinadas a "rebajar" impuestos pueden ser consideradas delictivas o no dependiendo de un detalle tan técnico, por lo cual es la existencia de un tipo penal tributario que castigue dicha conducta como un hecho punible.

La elusión tributaria es una de las consecuencias del principio de legalidad, ya que, el impuesto debe ser establecido por ley, se entiende que no puede cobrarse un impuesto si la ley no lo ha establecido, y por esas razones para aprovechar los puntos débiles que la ley ha dejado.

Sabido es, que las obligaciones fiscales son de carácter público, y constituyen el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, previamente establecido por la ley, tiene por objeto la determinación del hecho imponible y el cumplimiento de la prestación tributaria, que es exigible coactivamente. Todo lo que haga el deudor tributario para encontrar los vacíos legales para no cumplir el objeto de la obligación fiscal será un problema para el acreedor tributario, para el Estado y por ende para el país.

II.5.3. LA DEFRAUDACIÓN

La defraudación consiste en todos aquellos actos de; simulación, ocultación, falsedad o engaño, que voluntariamente inciten a un error en la determinación de la obligación tributaria, o por los que se deja de pagar en todo o en parte los tributos debidos, en provecho propio o de un tercero.

Constituyen casos de defraudación:

- La inexacta declaración de mercaderías en la aduana;

- La falsificación y alteración de los documentos comprobatorios (facturas);

- La falsificación o alteración de permisos, guías de movilización, etc.;

- La sustitución de mercaderías;

- La ocultación total o parcial de bienes, ingresos, rentas, frutos o productos;

- La alteración dolosa de libros de contabilidad;

- La falta de registro de inscripción de letras de cambio, pagares a la orden, contratos de arrendamiento o anticréticos, y todo documento de obligación que deba registrarse;

- La falta de entrega de los tributos recaudados como agente de percepción o de retención.

CAPITULO III

LA LOTERIA TRIBUTARIA

III.1. METODOLOGÍAS UTILIZADAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA LOTERÍA TRIBUTARIA EN OTROS PAISES

En América Latina, las Administraciones Tributarias se han encaminado a la formación de políticas fiscales que estén dispuestas a acrecentar la recaudación y el acatamiento voluntario del pago de tributos, por ello utilizan numerosas tácticas, no sólo destinadas a normativas legales relativas a la implantación de nuevos impuestos, sino también al uso de estrategias atractivas que estimulen la cultura tributaria de los ciudadanos, quienes constituyen la fuente principal para la creación de ingresos tributarios.

Los países de Latinoamérica tienen mucha similitud, no solo en su clima, o su forma de vida, también en las aficiones de la que sus habitantes forman parte, entre ellas, la afición a las loterías, que es la que ha sido tomada en cuenta por las Gestiones Tributarias, que la usan como estrategia para combatir la evasión de impuestos; y, a su vez generar mejores sistemas de control tributario, así, entre los países latinoamericanos representados por su organismo regulador correspondiente, y siempre, acorde a la legislación que esté vigente, adoptaron este modelo se encuentran:

- ✓ Argentina, Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP)
- ✓ Costa Rica, Dirección General de Tributación Ministerio de Hacienda (DGT)
- ✓ Ecuador, Servicio de Rentas Internas (SRI)
- ✓ México, Servicio de Administración Tributaria (SAT)
- ✓ Venezuela, Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera Tributaria (SENIAT)

CUADRO # 1
CUADRO COMPARATIVO; LOTERIA TRIBUTARIA, SU
DENOMINACIÓN Y SORTEO

PAÍS	INSTITUCIÓN ENCARGADA	DENOMINACIÓN	SORTEO
ARGENTINA ¹¹	ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS “AFIP”	“IVA Y VUELTA”	Resolución General N° 2.583, de AFIP Premio: 1 vehículo 0 kms Participan: los ciudadanos del país Requisito: 12 comprobantes recibidos por consumos de productos o servicios, (no más de tres de un mismo emisor), emisión máxima 30 días atrás y que cumplan con los requisitos formales del Régimen de Facturación vigente.
COSTA RICA ¹²	DIRECCIÓN GENERAL DE TRIBUTACIÓN MINISTERIO DE HACIENDA “DGT”	“PUNTOS SOLIDARIOS”	Resoluciones DGT- 016-2011. alcance N° 45 a la Gaceta n° 142 del 22 de julio del 2011 y DGT-R-038-2011 publicada en la Gaceta N° 236 del 8 de diciembre del 2011, el sorteo “Puntos Solidarios” Participan; personas física y jurídica que realicen pagos en el territorio nacional, utilizando tarjetas de débito o crédito emitidas por empresas nacionales. Por cada tres mil colones que el tarjetahabiente pague con la tarjeta participante, el banco emisor asignará un punto solidario al tarjetahabiente, este punto se convierte en una acción para participar; a

¹¹ FUENTE: ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS “AFIP”

¹² FUENTE: DIRECCIÓN GENERAL DE TRIBUTACIÓN MINISTERIO DE HACIENDA “DGT”

			los pagos que se realicen por consumo de servicios profesionales o de salud se les asigna doble puntaje.
MÉXICO¹³	SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA "SAT"	"BOLETAZO"	Se instituyó en el año 2003. Por medio de sorteo al que se accede por los pagos efectuados con tarjeta de nómina, crédito y débito. Acorde a un monto específico de compra, los participantes tienen derecho a un boleto, el cual, el banco emisor de la tarjeta se encarga de reportar al SAT. Premios; vehículos y otros, para retirar el premio, el ciudadano debe presentar la copia del voucher original que certifique el pago.
VENEZUELA¹⁴	SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACIÓN ADUANERA TRIBUTARIA "SENIAT"	"TU FACTURA PREMIADA"	Se instituyó en el año 2002 "Tu Factura Premiada", impulsando la exigencia de la entrega de comprobantes de venta, con un sorteo tributario Premios; monetario, bienes inmuebles, vehículos, electrodomésticos y mercados alimenticios. Los participantes deben introducir en un sobre blanco con sus datos tres comprobantes y depositarlos en las ánforas destinadas para la recolección de sobres.
ECUADOR¹⁵	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS "SRI"	"LOTERÍA TRIBUTARIA"	Premios, dinero en efectivo, dos de ellos realizados a nivel nacional y un tercero que se subdivide en ocho

¹³ FUENTE: SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA "SAT"

¹⁴FUENTE: SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACIÓN ADUANERA TRIBUTARIA "SENIAT"

¹⁵ FUENTE: SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

			sorteos realizados en las Direcciones Regionales. Los participantes deben depositar en las ánforas ubicadas para el efecto un sobre en el que se especifiquen los datos de identificación y contenga cinco comprobantes de venta válidos de conformidad con lo establecido en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios.
--	--	--	--

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado: El autor

Como podemos apreciar en cada país se establecen diferentes bases sobre el sistema de sorteo, mismas, que se implementan de acuerdo a la capacidad del organismo regulador de tributos; y, que se han adaptado la función de su normativa legal.

El objetivo de la lotería tanto en Ecuador como en los países que han optado por este tipo de cultura, es la exigencia de los comprobantes de venta en sus transacciones, como elemento de control tributario; en Ecuador dentro de las bases del concurso se estableció que en un sobre con sus datos,¹⁶ se introduzcan 5 comprobantes de venta válidos según lo establecido en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios y se depositen en las ánforas que el SRI dispondría para el efecto.

Para Latinoamérica en general la recaudación tributaria caracteriza un porcentaje bastante reducido en los ingresos fiscales, Panamá, Perú, Bolivia son los países con mayor índice de informalidad, y como región

¹⁶ Con nombre, número de cédula, dirección, teléfono y ciudad del participante.

Latinoamericana tenemos un alto nivel de informalidad en comparación con otros grupos de países, mientras que los sectores que más reflejan informalidad son: la construcción, la agricultura, el comercio minorista, el servicio doméstico, y el transporte público.

III.1.1. REQUISITOS

Para participar en el sorteo de la Lotería Tributaria los requisitos son;

1. Ser personas naturales que reúnan el número de comprobantes de venta elegibles.
2. No podrán participar en la lotería tributaria los servidores y empleados del SRI.
3. Se considerarán comprobantes de venta elegibles para el sorteo los originales de las facturas, notas de venta y tiquetes de máquinas registradoras que cumplan con los requisitos preimpresos indicados en los artículos 18 y 23 del Reglamento de Comprobantes de Venta, retención y documentos complementarios, que cuenten con la respectiva autorización y que hayan sido emitidos válidamente dentro del periodo del concurso.
4. Los participantes deberán depositar un sobre con los requisitos mínimos que son:
 - 4.1. Nombre,
 - 4.2. Número de cedula, y
 - 4.3. Número telefónico.

Además de requisitos adicionales como;

Ciudad de residencia y dirección, y los de cinco comprobantes de venta elegibles en las ánforas que el SRI distribuya en sus agencias a nivel nacional.

5. Si los comprobantes de venta se encuentran emitidos a nombre de un tercero, se presume que quien participó lo hizo con el consentimiento de aquel, por lo que el SRI no se responsabiliza por

cualquier perjuicio que se hubiese ocasionado con dicha participación.

6. Los premios del décimo primer sorteo de Lotería Tributaria correspondiente al primer semestre del año.

Prevía solicitud expresa de los ganadores, la Dirección Nacional Financiera del SRI, en un plazo no mayor de 15 días calendario, contados a partir de que el ganador presente su solicitud y se identifique debidamente, realizará la entrega de los premios correspondientes, en la cuenta de ahorros o corriente de la cual el ganador sea titular y haya solicitado la acreditación del premio en la misma.

No existe mínimo de participaciones por persona, ni requiere que los comprobantes de venta sean emitidos a nombre del participante.

Sin embargo, si los mismos van a ser utilizados como sustento de costos, gastos o crédito tributario, no deben ser enviados a los sorteos puesto que la administración tributaria dispondrá de dichos documentos y no procederá a su devolución.

La presentación de comprobantes de venta en los sorteos de lotería tributaria, no justifica la falta de respaldo físico del costo, gasto o crédito tributario.

Los ganadores tendrán derecho a reclamar los premios hasta 6 meses calendario después de la publicación en la prensa de los resultados de los sorteos de Lotería Tributaria.

Transcurrido ese plazo serán depositados en la cuenta especial respectiva del Banco Central del Ecuador.

El SRI actuara como agente de retención del 15% de Impuesto a la Renta, sobre el valor de cada premio entregado, conforme lo determina el literal c) del artículo 35 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Para efectos de participación en el sorteo, los concursantes dan por conocido el contenido de la Resolución N° NAC-DGER2008-0570 que se crea la Lotería Tributaria, sus correspondientes reformas y sus bases. El SRI podrá utilizar la imagen de los ganadores en publicidad y premiación de la Lotería Tributaria.

III.2. ANTECEDENTES PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Muchas son las definiciones que podemos encontrar en la literatura tratando de conceptualizar el término de referencia y su diversidad se expresa en correspondencia con la esfera en que se emplee.

La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. *“La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida”.*

Lo cierto es que la acción comunicativa exige de un proceso de planeación previa que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia del esfuerzo y para ello es necesario hablar entonces de estrategias de comunicación que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios con un compromiso implícito de recursos y que ayuden a la toma de decisiones. La estrategia se basa desde una perspectiva que encauza los esfuerzos de comunicación sobre un grupo de personas anteriormente definido.

El SRI, siempre ha buscado promover el posicionamiento de su producto *“La Lotería Tributaria”*; y, utiliza los mecanismos de comunicación interactiva, con lo que, se busca generar una relación razonable dentro del entorno territorial.

La planificación, operación y control de un plan desarrollado con un enfoque estratégico representa entonces a los aspectos considerados fundamentales por la Institución y aquellos expresados por la ciudadanía, la estrategia depende tanto de la voluntad institucional como de la ciudadana; la primera es controlable, pero la segunda se puede instrumentar mecanismos, pero, no anticipar el resultado final en términos de contenido y significación.

La estrategia comunicacional y participativa que se proyecta, requiere de un ciclo de atención que se funda en el modelo de investigación-acción, que seguirá las fases descritas para su respectivo plan de comunicación.

Por lo tanto, en cada sorteo se dejan establecidas las metas por cada Regional, y su efectividad se obtiene de los resultados de la Lotería Tributaria, mientras que a nivel interno se la mide de acuerdo a los sobres que fueron depositados por los participantes (ciudadanos).

Posteriormente se designan fechas (dos) para el sorteo de la Lotería Tributaria, los sobres se trasladan desde cada agencia a nivel provincial, hasta la Dirección Regional y cuando finaliza el sorteo del tercer premio, los sobres restantes, son trasladados a la sede principal del Servicio de Rentas Internas en Quito para la posterior ejecución del sorteo del primer y segundo premio. Desde la novena edición el sorteo Nacional va circulando por las diferentes ciudades del país.

III.3. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La comunicación como base de la sociedad permite al individuo influir en el otro y en la construcción social mediante el intercambio de mensajes especialmente de orden lingüístico.

Las acciones de comunicación del SRI, están bajo el mandato del Plan Estratégico Institucional; en él, se establecen políticas, flujos de procesos,

roles y demás aspectos que rigen las actividades de planificación, ejecución y evaluación de los esfuerzos de comunicación. El plan comunicacional entre otros contiene las estrategias, que enfatizan el pacto social utilizado para la comunicación interna y externa. Además, se introdujeron algunas de marketing como complemento necesario del plan.

Para la corriente del interaccionismo simbólico, el lenguaje es concebido como un sistema de símbolos donde el uso de la palabra permite significar objetos, en consecuencia, los actos pueden ser descritos con palabras que han alcanzado su significado en el marco de la interacción social.

Es así, que la comunicación como proceso dinámico, multifuncional e interactivo en un ámbito que demanda espacios y oportunidades de participación se ha convertido en una herramienta fundamental no solo para divulgar información, incidir en comportamientos y construir ciudadanía sino para establecer vínculos y redes de comunicación.

Este proceso de interacción, se protege evitando la desacreditación o corrigiendo acciones que pongan en duda lo que "es" y perturben su aceptación, especialmente en el grupo de interés. En consecuencia, todos los actos sociales son construidos con un objetivo definido. La respuesta del individuo, a una situación determinada está sujeta a uno o más marcos interpretativos.

El campo social para la construcción de la ciudadanía fiscal merece especial atención, es indispensable colocar la problemática de los medios y los contenidos mediáticos en la agenda pública, motivando debate sobre su rol en la sociedad, a través de una estrategia de comunicación.

Bajo este precepto, la estrategia utilizada busca ir más allá de un simple proceso lineal, o estático. Buscan entrar en el mundo de la interacción comunicativa, concebida por una dinámica, donde los procesos de

comunicación se dan en el marco de las necesidades y respuestas, que se crean de los sujetos en beneficio de los colectivos sociales.

La idea es trabajar contenidos comunicacionales, desde un mismo contexto; experiencia, y, así poder trabajar sobre el comportamiento social deseado. La idea es una propuesta comunicacional en la que se concentre el Plan de Comunicación Estratégico, que busca fortalecer la confianza interinstitucional, además de contribuir con la construcción de una ciudadanía fiscal que se busque desde los sujetos sociales.

La comunicación busca contribuir con la construcción de nuevos conocimientos y a su vez, aprenderlos en un contexto colectivo, a través del uso, tanto de medios tradicionales; como la radio, la prensa escrita, la televisión, como de las nuevas tecnologías de la información, y comunicación. Además, claro está, de la que se hace al interior de la institución.

El proyecto está enfocado en una estrategia comunicativa, en la cual se materialice el Plan de Comunicación, y, le permita al SRI, generar lenguajes formales que promuevan la confianza en la institución.

III.4. DESARROLLO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

En términos operativos y estratégicos, el Plan de Comunicación representa la construcción de espacios de interacción y acción dentro y desde una organización, en este caso el SRI.

Cuyos, objetivos, entre otros son:

- ✓ Fortalecer la credibilidad social y confianza en la institución (SRI).
- ✓ Contribuir, desde la estrategia comunicativa, a la difusión de los conceptos tributarios a la ciudadanía.
- ✓ Transformación social desde la aplicación social de los mismos.

- ✓ Determinar los contenidos conceptuales de la comunicación para la elaboración de mensajes y productos comunicacionales.

La dinámica social nos coloca ante la necesidad de infundir en la sociedad ideas y conocimientos que nos conduzcan al fortalecimiento institucional, a la cohesión social y a muchas opciones de vida en el marco de una responsabilidad social y colectiva.

El campo comunicacional, desde objetivos y acciones comunicativas, da la oportunidad de cumplir con un complejo proceso de apropiación de la realidad que quieren edificar, analizar y optimizar las capacidades comunicacionales y planificar estratégicamente la comunicación, proceso que nos conduce a la construcción de acciones operativas y mecanismos de sostenibilidad de los procesos.

Entendemos que los medios de comunicación nos sirven de intermediarios con la sociedad, lo que se necesita es que se comprenda lo que ellos hacen, y se busca la cooperación con la institución.

La comunicación estratégica, depende en gran medida de las capacidades que se desarrollan para entender la aplicación efectiva de las herramientas que se utilizan. Con esto, desde la perspectiva de la movilidad, la comunicación adquiere importancia para la organización.

Desde su fecha de creación en el 2008, gracias a un estudio realizado por la empresa de diseño Giotto en el año 2005, la Lotería Tributaria cuenta con algunas ediciones, no obstante, ha seguido con la imagen que utilizó desde el inicio, en función a las políticas de unificación y estandarización de imagen corporativa, mismas que están dentro del Manual Corporativo 2007, qué en su primera fase estudió el modelo de comunicación dirigido a contribuyentes y funcionarios; y, en segunda instancia se utilizó una auditoría de comunicación corporativa, que se basó en el posicionamiento alcanzado por la institución, con esto crearon una nueva propuesta que busca revitalizar el sistema de comunicación del SRI.

En septiembre de 2007, cuando entró en vigencia el Manual de Imagen Institucional del Servicio de Rentas Internas (SRI), se elabora el logotipo de esta institución y su eslogan "SRI...*le hace bien al país*", modificación que fue hecha por la agencia **ADGROUP**, con la finalidad de plasmar las características institucionales en la marca SRI, para esto, los mensajes deben tener concordancia con dicho eslogan.

A continuación los logos o diseños con los que el SRI fomenta la cultura tributaria y la participación en su lotería:

IMAGEN # 1

Logo revitalizado de la imagen del Sistema de Rentas Internas



Los colores utilizados en el diseño para la Lotería Tributaria fueron creados con el objetivo de conservar la unidad gráfica, sólida, única y coherente además, de transmitir un significado a través de los colores, dado por el azul, que significa la seriedad en el trabajo; el rojo, la lucha contra la corrupción; el blanco, la transparencia; el azul claro y el naranja aportan una sensación amigable además de moderna a la imagen.

IMAGEN # 2

LOGO promocional de la Lotería Tributaria Año 2010



Para el cuarto sorteo de la Lotería Tributaria, se hizo cargo una nueva agencia de publicidad; y, está modifico el logotipo inicial con el objetivo de darle mayor realce al nombre.

IMAGEN #3

LOGO promocional de la Lotería Tributaria mayo del 2013



La Dirección Regional Norte del Servicio de Rentas Internas presenta la comedia teatral *"Con mis impuestos pagando... muchas cosas voy ganando"* que lleva un mensaje de comprensión a la labor del SRI para que los ciudadanos paguen y exijan el pago oportuno de los impuestos.

IMAGEN #4

LOGO promocional de la Lotería Tributaria Año 2014



Como se puede apreciar, se volvió al logo anterior, aunque, no se han hecho modificaciones al logotipo. A pesar, de que el séptimo sorteo el monto del premio fue mayor, se buscó refrescar la imagen de la Lotería agregando colores y serpentinas en los materiales empleados.

IMAGEN #5

LOGO promocional de la Lotería Tributaria Julio del 2014



Como podemos percibir, los diferentes logos, o imágenes que la Lotería Tributaria ha tenido a través de los años, han tenido como finalidad enaltecer y mejorar la imagen del Servicio de Rentas Internas; además, de incentivar la cultura tributaria dentro de los conciudadanos; en especial de los contribuyentes.

En cuanto al proceso de marketing el Servicio de Rentas Internas invierte un promedio de \$432.000 dólares en medios de comunicaciones para la promoción y conocimiento de su producto *Lotería Tributaria*.

CUADRO # 2

DIFUSIÓN Y COMUNICACION DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL 2014

MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE PAUTARON PUBLICIDAD/PROPAGANDA AÑO 2014					
	RADIO	PRENSA	TV	MEDIOS DIGITALES	TOTAL
CANTIDAD DE MEDIOS	72	15	19	7	113
MONTO CONTRATADO	160.002,88	30.555	210.671,16	24.342,40	425.571,44
MINUTOS PAUTADOS	603.156	24.018	36.991,89	N/A	664.165,89

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado: El autor

III.5. CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO Y SU MANEJO

Como resultado podemos señalar que un producto; o servicio, responde a las necesidades de los consumidores de acuerdo a los criterios que tienen que ver con el servicio que se puede dar al consumidor.

Una vez que se hemos definido el concepto de **producto** que es muy necesario para así poder entender la eficiencia que tiene la marca, se deben considerar el objetivo de la Lotería Tributaria.

Sus características están determinadas por la **Resolución No. NAC-DGER2008-0570**; en ella se fija las características del sorteo y la normativa esta nueva herramienta.

A continuación se detallarán los nombres de los ganadores, la provincia a la que pertenecen, el premio al que se hicieron acreedores, con su respectiva fecha de sorteo, del año 2012.

CUADRO # 3

GANADORES DEL OCTAVO SORTEO DE LA LOTERIA TRIBUTARIA DEL AÑO 2012

AGENCIA DE LATACUNGA 20 DE DICIEMBRE DEL 2012		
GANADOR	CIUDAD	PREMIO
Espinosa Guerrero German Agustín	Loja	\$ 60.000
Falcón Álvarez Elar	Loja	\$ 37.500
REGIONAL \$10.000 C/U		
Jami Jami Nelly Narcisa	Centro I	Lasso-Cotopaxi
Molina Guerra Maria	Norte	Esmeraldas
Prado Macias Luis Antonio	Manabí	Santa Ana
Poclacín Changñay Pilar del Rocío	Centro II	Riobamba
Rodas Ramirez Johanna Elena	Sur	Zamora
Mafla Pascal Anacélida	El Oro	Machala
Alvear Alvear Patricia Cumandá	Austro	Cuenca
Luque Coronel Santiago Augusto	Litoral Sur	Guayaquil

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado: El autor

Todos estos datos fueron recopilados de los diarios que circulan a nivel nacional, y de la página web del Servicio de Rentas Internas.

Como nos podemos dar cuenta, “La Lotería Tributaria” fue creada con el propósito de aumentar en la población la cultura tributaria existente, por medio de un sistema de incentivos, que se basan en la nitidez de las transacciones comerciales que realizan dentro del país.¹⁷

¹⁷ Resolución No. NAC-DGER2008-0570.

CUADRO # 4
GANADORES DEL NOVENO SORTEO DE LA LOTERIA TRIBUTARIA
DEL AÑO 2013

AGENCIA DE GUAYAQUIL		
27 DE JULIO DEL 2013		
GANADOR	CIUDAD	PREMIO
Winston Dávila Dávila	Loja	\$ 30.000
Ana Carrera Játiva	Ibarra	\$ 10.000
REGIONAL \$ 5.000 C/U		
Guisella Elizabeth Barreto Muñoz	Manabí	Bahía de Caráquez
Anghelo Mauricio Puetate Vivanco	Sur	Loja
Viviana Marcela Caranguay Tepud	Norte	San Gabriel
Luz Marina Mendez Torres	Austro	Cuenca
Alejandra Mercedes Barros Livisaca	Litoral Sur	Guayaquil
Jonathan Alberto Ruiz Jiménez	El Oro	Santa Rosa
María Teresa Lisintuña Pallo	Centro I	Latacunga
Pamela Carrera Rivera	Centro II	Riobamba

Fuente: Servicio de Rentas Internas
 Elaborado: El autor

Su órgano regulador es el Comité de Sorteos; que serán los encargados de tomar las decisiones por mayoría simple; se reunirán las veces que sea necesario para determinar la realización de un sorteo para cuando sea necesario.

Participantes, Pueden participar en la Lotería Tributaria, todas las personas naturales que reúnan el número de comprobantes elegibles que determina la resolución, con excepción de los funcionarios y empleados del Servicio de Rentas Internas¹⁸.

¹⁸ Art. 6.- Participantes.- Sustituido por el Art. 1 de la Res. NAC-DGER2008-1102, R.O. 399-S,8-VIII-2008.

Comprobantes elegibles para el sorteo, los originales de facturas, notas de venta y tickets de máquinas registradoras emitidos dentro del respectivo período de concurso y que contengan los requisitos del Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención.

Los participantes, depositan un sobre con sus datos personales, nombres completos y número de cédula de identidad, y los originales de al menos cinco (5) comprobantes de venta elegibles, en las ánforas que el Servicio de Rentas Internas distribuya para el efecto a nivel nacional.

CUADRO # 5
GANADORES DEL DECIMO PRIMER SORTEO DE LA LOTERIA
TRIBUTARIA DEL AÑO 2014

AGENCIA DE AMBATO		
18 DE JULIO DEL 2014		
GANADOR	CIUDAD	PREMIO
Héctor Hugo Pérez Ulloa	Guayaquil	\$ 40.000
Nancy Soledad Vásquez Sánchez	Portoviejo	\$ 20.000
REGIONAL \$ 10.000 C/U		
Ana María Maldonado Posso	Centro I	Ambato
Jonathan Vicente García Castro	Manabí	Parroquia Charapotó
Elar Eloy Falcón Álvarez	Sur	Loja
Ernesto Aníbal Bastidas Andrade	Norte	Ibarra
Teresita del Niño Jesús Loyola Peña	Austro	Cuenca
Diana Deysi Torres Santillán	Litoral Sur	Guayaquil
Edison Antonio Encalada Sánchez	El Oro	Machala
Doris Magaly Macas Tierra	Centro II	Riobamba

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado: El autor

No hay límite de número de participaciones por persona, ni requiere que los comprobantes de venta sean emitidos a nombre del participante; no obstante, si van a ser utilizados como sustento de costos, gastos o crédito tributario, no deben ser utilizados para el sorteo, puesto que la Administración Tributaria dispondrá de dichos documentos y no procederá a su devolución.

Como podemos apreciar en su Octava edición el sorteo fue realizado el 20 de diciembre de 2012 en la ciudad de Latacunga

Terceros, si los comprobantes están emitidos a nombre de terceros, se presume que lo hizo con el consentimiento de aquel y la administración no se responsabiliza por el perjuicio que se hubiese ocasionado o se ocasione con dicha participación.

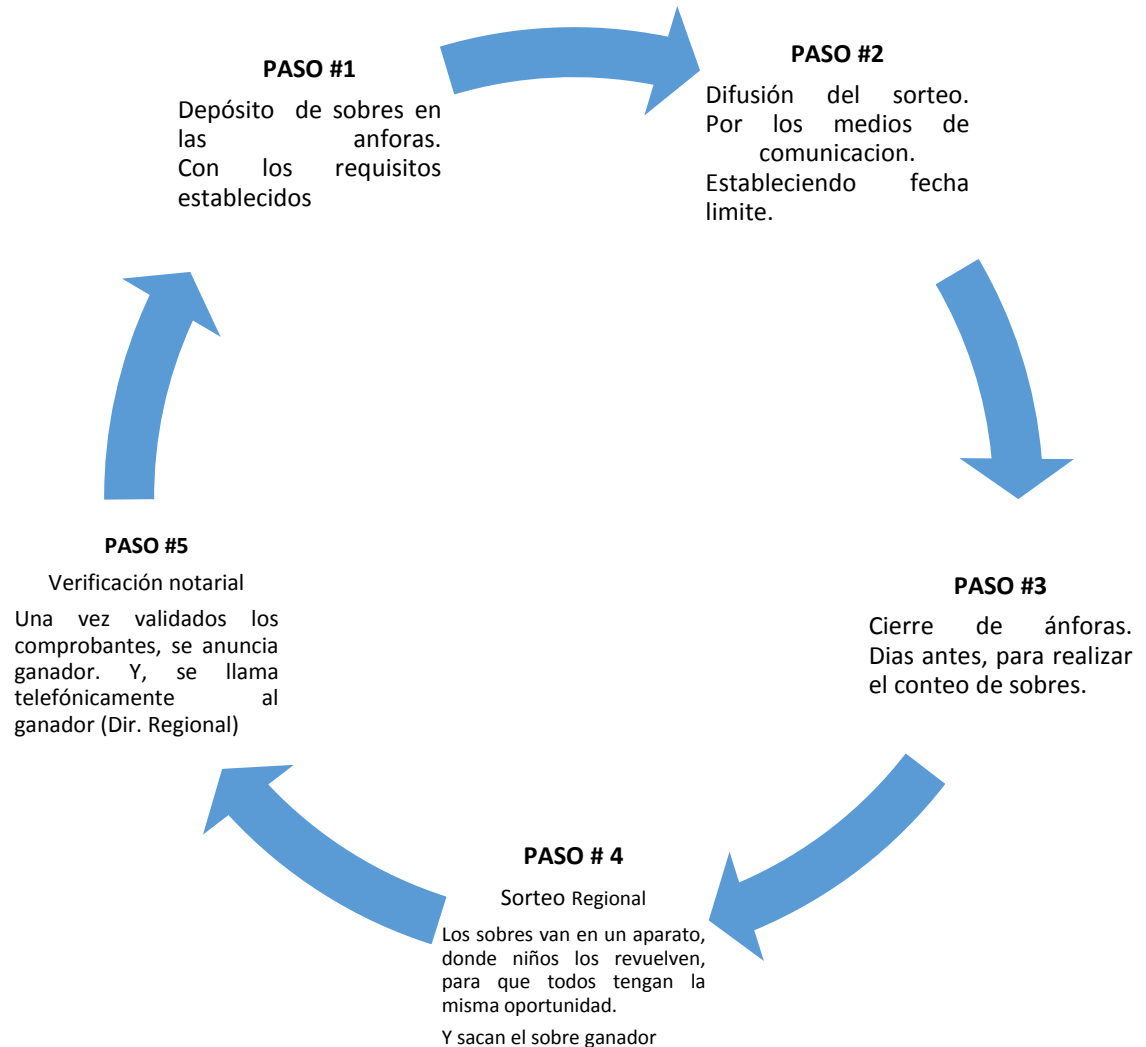
Cuando se verifica que los documentos cumplen con los requisitos, se procede a entregar el, o los sobres, en cualquier agencia del SRI.

Una vez realizado el sorteo, la verificación y la validez de los documentos, se anuncia el ganador del sorteo y se entrega el premio.

Como hemos mencionado anteriormente; mientras más sobres se depositen, más oportunidades se tienen de ganar el sorteo, de la "*Lotería Tributaria*", y este se efectúa semestralmente.

FLUJOGRAMA # 2

PROCEDIMIENTO DE SORTEO REGIONAL

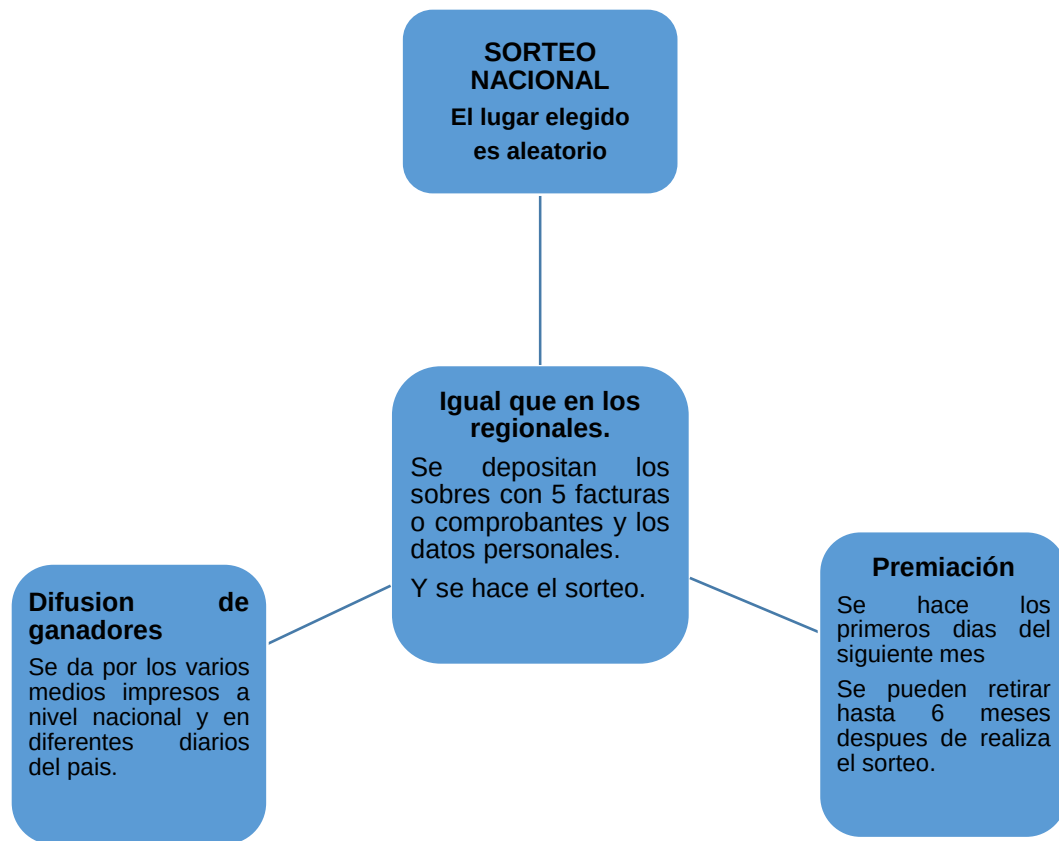


Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado: El autor

Una vez que se realizó el sorteo regional, se empacan nuevamente los sobres restantes, que serán destinados para el sorteo nacional

FLUJOGRAMA # 3

PROCEDIMIENTO DE SORTEO NACIONAL



Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado: El autor

En caso de que no se retiren los premios, estos se remiten al Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos, Policía Nacional; y, a las Municipalidades.

III.6. ANÁLISIS DE SORTEOS DE LA LOTERÍA TRIBUTARIA

En la actualidad el sistema de sorteo consiste en la recolección de los comprobantes de venta físicos, en un futuro se debería considerar la facturación electrónica.

Según el Ministerio de Telecomunicaciones, 66 de cada 100 personas usaron la Internet. Esta cifra es 11 veces mayor a la registrada en el 2006, donde tan solo eran 6 de cada 100 usuarios, en el 2013¹⁹.

Según el INEC, el perfil del internauta está definido de la siguiente manera: más hombres que mujeres, que usa la red principalmente para comunicarse, informarse, educarse y trabajar. Además, se conecta desde su hogar, un acceso público, instituciones educativas y trabajo. La mayoría de usuarios son jóvenes entre 16 y 24 años.

Las visitas contabilizadas del portal institucional han ascendido a más de 30.000, y con, la telefonía móvil subió al 112 % en el año 2013; todo esto, el SRI la aprovecha, además, la web institucional con su aplicación móvil es utilizada como fuente de recolección de datos para realizar un sorteo electrónico; además, con la presencia de la institución en las “redes sociales”²⁰ que han sido utilizadas como medio para fomentar la Lotería Tributaria.

Los resultados que han tenido los sorteos de la “*Lotería Tributaria*” se cuentan dependiendo a la cantidad de sobres que depositaron los contribuyentes en las ánforas ubicadas en las dependencias del SRI a nivel nacional, esto se da, porque actualmente no existe otro indicador que determine los resultados.

19 <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios>.

20 Facebook, Twitter, Youtube

Esto proyectará si existe incremento en la participación de los contribuyentes, mismo que podremos interpretar como el aumento de la obligación de emitir los comprobantes contables a los vendedores de bienes y servicios.

Fundamentándonos en que, los ecuatorianos son los participantes principales; con su participación, para que así la campaña tenga el éxito deseado, como un factor indirecto, podemos decir, que en cierta forma, ayuda al cumplimiento del cobro anual de impuestos.

Ya que, los índices de recaudación tributaria es una de las principales inquietudes de la administración tributaria.

En Ecuador, el SRI tiene jurisdicción nacional y se está subdividido en Direcciones Regionales para proporcionar el cumplimiento y control de las obligaciones; cada Regional tiene cierto grado de independencia que, con la aplicación de habilidades puntuales, uno de estas, en este caso constituye una estrategia aplicada para que, en cada ciudad se promocióne a la Lotería Tributaria. Las mismas que está encaminada en cubrir una meta de recolección de sobres que está constituida por la Dirección Nacional y que a su vez, se convierta en la oportunidad para ampliar la cultura impositiva.

SOBRES RECIBIDOS EN LA LOTERIA TRIBUTARIA A NIVEL LOCAL (GUAYAQUIL).

Debemos tomar en cuenta que del global de los sobres recibidos a nivel nacional, en el año 2012 el porcentaje que la ciudad de Guayaquil fue 8.98%, mientras que en 2013 fue de 9.76%, y en 2014 se estima que hubo un crecimiento del 10.02%.

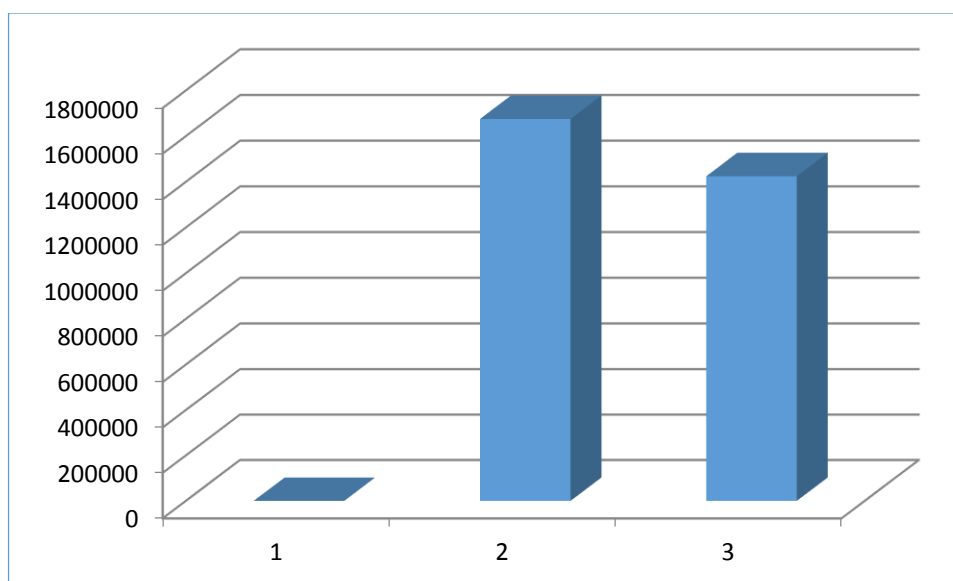
CUADRO # 6
SOBRES A NIVEL LOCAL

MES/AÑO	TOTAL NACIONAL	TOTAL GUAYAQUIL	PORCENTAJE
DICIEMBRE / 2012	779.125	69.965	8.98%
DICIEMBRE / 2013	1'675.000	163.480	9.76%
DICIEMBRE / 2014	1'424.135	142.698	10.02%

Fuente: Diarios de la ciudad (El Universo, Expreso, Comercio)

Elaborado: El Autor

GRAFICO # 3
RECEPCIÓN DE SOBRES A NIVEL NACIONAL



Datos: Servicio Rentas Internas. Departamento de Comunicación.

Elaborado: El Autor

Con estos datos como único indicador del poder de convencimiento que han tenido la campaña del SRI, en base al número de sobres receptados en cada sorteo se puede determinar si ha existido o no un incremento en la participación de personas en la lotería tributaria.

III.7. APLICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA DEL SRI

Como sabemos, los impuestos se constituyen como la insuperable fuente de recursos intactos para el Estado, misma que no complica la sostenibilidad futura. Los tributos son el respaldo económico principal de un gobierno que ha puesto en marcha un propósito ambicioso que tiene como centro el ser humano y sus derechos.

Por eso en 2007, se inició un proceso de transformación del sistema tributario ecuatoriano, mismo que fue originado por la necesidad imperiosa de eliminar los vacíos legales y de formar los objetivos de redistribución para la configuración de un modelo de post-desarrollo.

Su objetivo es el mismo que la facturación tradicional, es decir generar un documento con validez legal y tributaria del valor a cancelar por la provisión de un bien o servicio, sin embargo proporciona incomparables ventajas en lo referente a la gestión informática, emisión, entrega y almacenamiento de la factura por medios electrónicos tales como el correo electrónico y/o la consulta a través de internet.

Entre los múltiples beneficios de la facturación electrónica se puede citar:

- ✓ Ahorro en gasto de papel
- ✓ Facilidad de procesos de verificación y auditoría
- ✓ Mayor seguridad en el resguardo de los documentos
- ✓ Agilidad en el almacenamiento y disponibilidad de la información
- ✓ Reducción de tiempos de trámite y gestión
- ✓ Reducción de errores en el proceso de generación de la factura
- ✓ Contabilidad automatizada

- ✓ Facilidad para el cálculo de declaraciones de impuestos
- ✓ Oportunidad en la información, tanto en la recepción como en el envío.
- ✓ Ahorro en el gasto de papelería, la factura electrónica es ecológica.
- ✓ Menor probabilidad de falsificación.
- ✓ Agilidad en la localización de información.
- ✓ Eliminación de espacios para almacenar documentos históricos.
- ✓ Procesos administrativos más rápidos y eficientes.
- ✓ Reducción de costes.
- ✓ Mejora de la eficiencia.
- ✓ Aumenta la seguridad documental.
- ✓ Mayor agilidad en la toma de decisiones.
- ✓ Reduce errores en el proceso de generación, captura, entrega y almacenamiento.
- ✓ Registro de la hora, el minuto y el segundo de emisión del comprobante fiscal digital (*time stamp o sello del fechador*).
- ✓ Adecuaciones sencillas en el archivo de impresión
- ✓ Facilidad para el cálculo de impuestos.

La factura electrónica; elimina la factura tradicional, y, es justificante fiscal de entrega de cierto producto o de la provisión de un servicio, que afecta al obligado tributario emisor (*el vendedor*) y al obligado tributario receptor (*el comprador*).

Desde el año 2014 la *Facturación Electrónica* por parte de las Empresas era obligatoria; pero desde ahora es de carácter obligatorio *emitir comprobantes electrónicos para empresas grandes y contribuyentes especiales*.²¹

²¹ <http://facturacionelectronicaecuador.com/imprentas-afectadas-en-la-impresion-de-documentos-tributarios/>

En los países, que lo permiten sus leyes, la facturación electrónica es igual de válida que la tradicional en papel, gracias a la firma digital, se garantiza su integridad, por lo que es un documento respetado legalmente, como vinculante y que no necesita prueba de su propia existencia.

Con la facturación electrónica se garantiza, al igual que con la facturación tradicional, la autenticidad de los documentos emitidos mediante procedimientos de firma digital lo cual le proporciona validez legal y tributaria. Para completar la validez de factura electrónica esta debe ser completada con la firma electrónica, y así se puede eliminar la factura en papel.

Por lo tanto, con el solo hecho de imprimir la factura electrónica, *misma que debe contener los requisitos establecidos*, se puede acceder al sorteo de la Lotería Tributaria.

III.8. ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

El objetivo de posicionar a la institución, es afirmar que el lugar que ocupa en el mercado sea consistente. Para ello, lo que hace falta es tener conciencia del punto de partida, donde la empresa está.

Cuando la organización está en el mercado, entonces, lo que hace falta es tomar el punto de partida sabiendo que lo más probable es que represente tanto un punto de partida como de llegada, vale decir una actitud para actuar en el medio y hacer negocios.

El posicionamiento de la institución tiene que ver con la cultura de los contribuyentes, esta cultura fue impuesta con mucha probabilidad por los iniciadores de la institución y define la ética de las mismas.

El lugar que ocupa la institución implica la aceptación de quienes son los individuos que la pueden integrar en sus niveles ejecutivos.

Como prestaciones obligatorias, los tributos son, como hemos visto creadas por medio de una ley; y, generalmente se satisfacen en dinero, que el Estado por ser beneficiario, exige, de acuerdo a la base de la capacidad contributiva de las personas, para así, poder cumplir las finalidades específicas; o, propósitos de política económica.

El objetivo que sigue el SRI, a través de este mecanismo es, acostumbrar a la ciudadanía que por el intercambio de bienes y servicios, pedir su respectivo comprobante, para que así se formalice la transacción. Una vez emitido el comprobante, este genera una obligación, de declarar el ingreso o el valor del impuesto generado y como resultado, es un mecanismo de control para el SRI, todo esto de acuerdo a la normativa vigente.

Una vez perfeccionado el objetivo de creación de la “Lotería Tributaria”, se puede lo que ha acontecido durante los últimos sorteos que se han realizado y cómo se ha posicionado.

La información obtenida en el Servicio de Rentas Internas, nos indica que la campaña de introducción de la “*Lotería Tributaria*” se realiza exclusivamente tres meses antes del sorteo, a través de televisión o de información publicada en el portal del SRI²² además, de la información que se coloca y se distribuye en las agencias de la institución.

El principal motivo por el que las personas participan es el incentivo a participar en la lotería tributaria son los premios, puesto que este mecanismo da la posibilidad de que los participantes salgan favorecidos, y reciban los premios, mismos que son establecidos como incentivo para que las personas exijan comprobantes de venta en sus acuerdos comerciales y así participen en dicha lotería.

Como resultado, la lotería tributaria ha tenido mayor aceptación con el pasar del tiempo, y de las campañas publicitarias. Ha mejorado su forma de llegar

²² www.sri.gob.ec

a los contribuyentes; y, de una forma muy sutil ha hecho que los ciudadanos en general exijan su factura, de esta forma contribuye a la educación tributaria y con la cultura de imposición que establece el SRI.

Se estima que la marca "Lotería Tributaria", es conocida por más del 50% de la ciudadanía, esto no significa que todos participen en el sorteo. La información que difunde la administración tributaria en la mayoría de las personas, no se transmite de forma detallada las características y mecanismos de los sorteos.

Con su mecanismo la Lotería Tributaria también ha permitido favorecer a la recolección de los impuestos de los contribuyentes.

Es así, que se puede determinar que la lotería tributaria no llama la atención de las personas, que prefieren participar en otro tipo de sorteo, que se realiza con mayor frecuencia, y que, su premio es de un valor monetario más alto.

III.9. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ESPERADOS VS. RECAUDACIÓN EFECTIVA

Desarrollada como una actividad que busca promover la práctica de exigir la factura por cada compra, el programa de Lotería Tributaria ha distribuido premios entre los consumidores que participan colocando las facturas de sus compras de bienes y servicios.

Con una publicidad cuyo porcentaje es mayor en televisión, seguida por la página WEB de la institución y por último los diferentes periódicos de la ciudad.

En porcentajes menores, radio, revistas, trípticos, entre otros. De acuerdo con la investigación realizada se ha podido determinar que la marca Lotería Tributaria, es conocida por la ciudadanía, esto no significa que todas las personas participen en el sorteo.

Gracias a los medios publicitarios utilizados por el SRI.

No obstante, la finalidad de la Lotería Tributaria siempre ha sido el impulso de la Cultura Tributaria entre la ciudadanía, especialmente dentro de los niños y jóvenes, ha tenido resultados cuantitativos importantes y de corto plazo, durante los años que se ha realizado, ha asegurado la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) por medio de una recolección masiva de facturas.

Desde enero a diciembre de 2013 publicaron alrededor de 20.000 noticias positivas del SRI en los medios de comunicación más importantes del país. A criterio del ex-director del SRI, Carlos Marx Carrasco, (2012), *la cultura tributaria a través de los años se fortalece más.*

La propuesta de marketing implementada ayuda a que la información que difunde el SRI sobre la Lotería Tributaria, llegue a las personas que pueden participar en el sorteo.

Además, propone una mejora publicitaria atractiva y completa, donde los medios físicos y tecnológicos se usan para que las personas puedan acceder a la información de forma rápida y sencilla.

El Servicio de Rentas Internas, está dividida en las siguientes regional:

1. **Regional del Norte**, con sede en la ciudad de Quito, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Pichincha, Carchi, Imbabura, Sucumbíos, Orellana, Esmeraldas, Napo y Santo Domingo de los Tsáchilas.
2. **Regional del Litoral Sur**, con sede en la ciudad de Guayaquil, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Guayas, Los Ríos, Galápagos y Santa Elena.
3. **Regional del Austro**, con sede en la ciudad de Cuenca, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Azuay, Cañar y Morona Santiago.

4. **Regional Centro 1**, con sede en la ciudad de Ambato, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza.
5. **Regional de Manabí**, con sede en la ciudad de Portoviejo, tiene bajo su jurisdicción la provincia de Manabí.
6. **Regional de El Oro**, con sede en la ciudad de Machala, tiene bajo su jurisdicción la provincia de El Oro.
7. **Regional del Sur**, con sede en la ciudad de Loja, tiene bajo su jurisdicción las provincias de: Loja y Zamora Chinchipe.
8. **Regional Centro 2**, con sede en la ciudad de Riobamba, tiene bajo su jurisdicción las provincias de Chimborazo y Bolívar.

CUADRO # 7

CUMPLIMIENTO DE LA RECAUDACION POR REGIONAL Periodo Enero – Diciembre 2013/2014 (Cifras en US\$ dólares)

REGIONAL	RECAUDACION 2013	RECAUDACION 2014	% CRECIMIENTO
NORTE	7.280.718.917	7.774.397.874	7%
LITORAL SUR	4.008.456.856	4.195.804.934	5%
AUSTRO	644.737.688	698.804.161	8%
CENTRO 1	241.526.502	254.324.019	5%
MANABI	218.195.851	239.075.635	10%
EL ORO	141.625.843	179.885.149	27%
SUR	87.933.184	121.777.769	28%
CENTRO 2	61.655.700	76.593.573	24%
NO ASIGNADO	72.871.633	76.154.079	5%
TOTAL	12.757.722.174	13.616.817.193	7%

FUENTE: Base de Datos – SRI

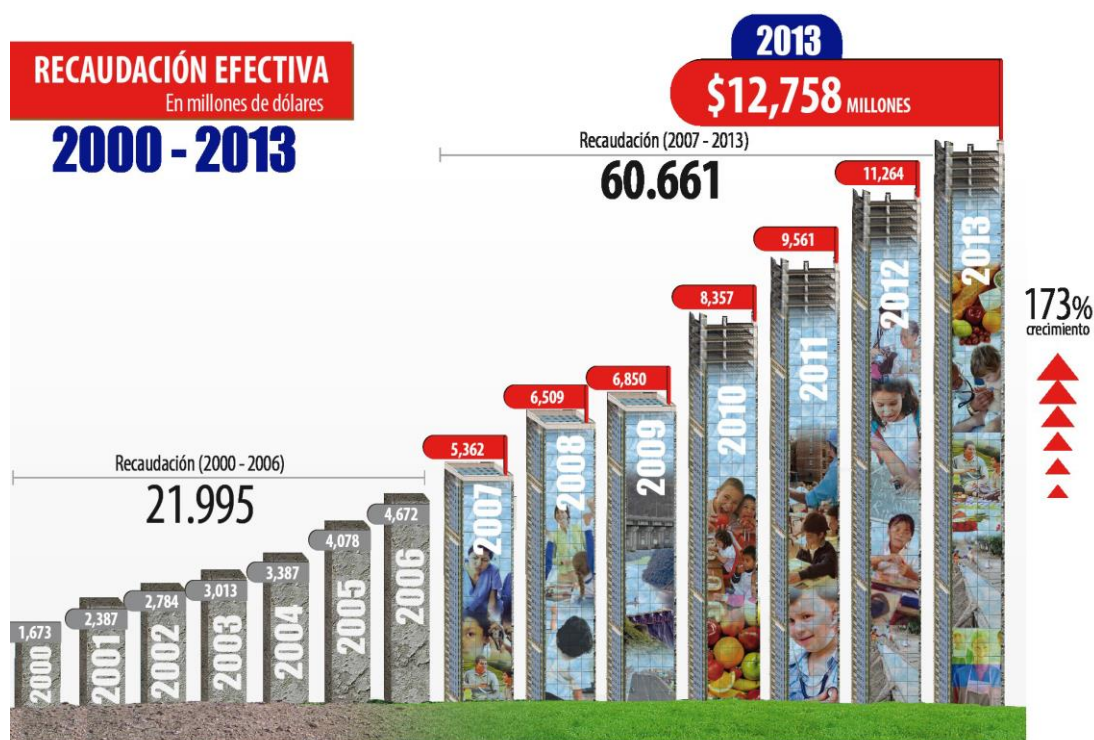
Elaborado por: Departamento de Planificación y Control de Gestión

Como podemos apreciar de la comparación hecha de los años 2013, y 2014. Este último tuvo una mejor recaudación, resultado de eso, obtuvo un crecimiento del 7%, en comparación con el periodo fiscal anterior.

Las regionales norte y sur son las que registraron mayores montos de recaudaciones, con un 7 y 5% respectivamente.

IMAGEN # 6

RECAUDACIÓN EFECTIVA 2000-2013



Fuente: Informe Mensual de Recaudación, diciembre 2013

Elaboración: Dirección Nacional de Planificación y Coordinación

La parte esencial de la Lotería Tributaria radica en crear una conciencia tributaria en la ciudadana, ya que al exigir comprobantes de venta se crea la obligación directa del proveedor de declarar los ingresos que generan sus ventas, no obstante, los medios de comunicación por medio de las ruedas de prensa, artículos y publicaciones se centran en los mecanismos

y procedimientos del sorteo, y dejan a un lado el mensaje concreto, por lo tanto, la población sólo conoce del sorteo y lo asocia al Servicio de Rentas Internas; a pesar, del incremento de sobres participantes y con ello el aumento del recaudo, no se cumple con el objetivo de que todos los contribuyentes concedan comprobantes de venta y de que, comercios no registrados se inscriban en el RUC, por lo que, en las Áreas de Gestión Tributaria aún registran altos índices por clausuras; debido a la falta de entrega de comprobantes. A pesar de que, no haya un incentivo monetario se debe transmitir claramente el mensaje social de la Lotería Tributaria.

La administración tributaria en Latinoamericana, está orientada a elevar los índices en la recaudación de impuestos, por eso, se adapta de acuerdo a su realidad demográfica, política y social utilizando un procedimiento atractivo que motive a la ciudadanía a cambiar de agentes de control tributario. Ecuador, tiene la propuesta de la Lotería Tributaria, misma que ha cumplido con la expectativa deseada, no obstante en su primer sorteo no se logró la participación esperada, pero, en las ediciones rezagados se han demostrado que hay incremento en el número de sobres participantes, sin lugar a duda, la Lotería Tributaria se encuentra posicionada, no obstante, la publicidad empleada no debe, sólo enfocarse en transmitir las fechas de los sorteos, o en contener la imagen de los ganadores de los sorteos anteriores, sino que, debe orientarse en aumentar el número de ciudadanos (*participantes*) que exijan su comprobante de venta en sus compras tradicionales y de forma voluntaria, y su vez, se debe ampliar esta estrategia a los potenciales contribuyentes, reforzando su proceso de alineación.

CONCLUSIONES

- ✓ La lotería tributaria ha ido cumpliendo con su objetivo de incentivar en la ciudadanía la cultura tributaria, mediante la exigencia de comprobantes de venta en todas las transacciones comerciales.
- ✓ Las estrategias; de publicidad, utilizadas para la difusión del sorteo siempre transmite el objetivo de la Lotería Tributaria, y las características principales de los beneficios del sorteo.
- ✓ Los medios de comunicación utilizados por el SRI, para difundir la Lotería Tributaria, llegan a todos los niveles sociales de la ciudad.
- ✓ Se ha visto que existe incremento de participación en cada sorteo, y se espera que se posea en la mente de los usuarios la lotería tributaria.
- ✓ Por el momento no se ha visto gran influencia, pero con el paso del tiempo se espera ver los resultados esperados.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se debe difundir con mayor frecuencia la publicidad de la Lotería Tributaria, no solo 3 meses antes del sorteo.
- ✓ Gestionar indicadores de medición de resultados, para así, determinar el incremento de los participantes, además de la eficiencia de los gastos de publicidad.
- ✓ Monitorear los medios que se utilizan para difundir el sorteo virtual.
- ✓ Se debe perpetuar la aplicación del sorteo de la “Lotería Tributaria” para mejorar el nivel de participación y mejoramiento de la cultura tributaria en los consumidores del Ecuador.
- ✓ Se debe asignar el presupuesto adecuado de acuerdo a la cobertura que se desea y la aceptación en la comunidad, para fomentar la cultura tributaria para que se generen hábitos y costumbres de comportamiento en la ciudadanía.
- ✓ Se debe endurecer la imagen de la institución; SRI, y la Lotería Tributaria, de tal manera que la creencia de la institución fortalezca la imagen de la estrategia.
- ✓ Sugerir al SRI que cuente con estadísticas de esta actividad (Resultados de sorteos, numero de facturas, procedencia, etc.)

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ AGUIRRE PAMELA, *“EL PRINCIPIO CONSTITUCIONAL DE LEGALIDAD Y LA FACULTA NORMATIVA DEL SRI”*, UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR, CORPORACIÓN EDITORIAL NACIONAL SERIE MAGISTER, VOLUMEN 14.
- ✓ ALMEIDA GUZMAN DIEGO, (2001), *“CURSO DE LEGISLACIÓN TRIBUTARIA CORPORATIVA”*, QUITO.
- ✓ ARIAS MINAYA LUIS ALBERTO, PLAZAS VEGA MAURICIO, (2002), *“LA ARMONIZACIÓN TRIBUTARIA DE LOS IMPUESTOS INDIRECTOS EN LOS PAÍSES DE LA COMUNIDAD ANDINA”*, ELABORACIÓN DE RECOMENDACIONES Y NORMATIVAS SOBRE ARMONIZACIÓN DE TRIBUTOS INDIRECTOS. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, DEPARTAMENTO DE INTEGRACIÓN Y PROGRAMAS REGIONALES.
- ✓ ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE, (2010), *“LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO”*, CODIFICACIÓN, REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO # 463, PUBLICADO EL 17 DE NOVIEMBRE DEL 2004, ACTUALIZADO A JULIO 2010, QUITO, LEXIS S.A.
- ✓ BENALCÁZAR GUERRÓN JUAN CARLOS, (2006), *“EL ACTO ADMINISTRATIVO EN MATERIA TRIBUTARIA”*, QUITO, EDICIONES LEGALES CORPORACIÓN MYL.
- ✓ BENITEZ MAYTE, (2009), *“MANUAL TRIBUTARIO CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES”*, QUITO, ACTUALIZADO CON LAS ÚLTIMAS REFORMAS.

- ✓ COMUNIDAD ANDINA CAN, (2004), DECISIÓN 599, ARMONIZACIÓN DEL IVA, QUITO, JULIO, ARTÍCULO 2.
- ✓ COMUNIDAD ANDINA CAN, (2004), DECISIÓN 600, ARMONIZACIÓN DE LOS IMPUESTOS TIPO SELECTIVO AL CONSUMO, QUITO, JULIO, ARTÍCULOS 2 Y 4.
- ✓ DAVID RICARDO, *"PRINCIPIOS DE ECONOMIA, POLITICA Y TRIBUTACION"*, SAN JOSE, BUENOS AIRES, EDITORIAL CLARIDAD TERCERA EDICION.
- ✓ DURANDO WASHINGTON, (1983), *"LEGISLACION TRIBUTARIA ECUATORIANA. CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES"*, QUITO, SEGUNDA EDICION.
- ✓ DROMI ROBERTO, (2001), *"DERECHO ADMINISTRATIVO"*, BUENOS AIRES, EDICIÓN 9.
- ✓ EL COMERCIO, (2014), ECUADOR, OBTENIDO DE, <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>
- ✓ ERAZO GALARZA DANIELA ESTEFANÍA, (2013), *"EVOLUCION HISTORICA DE LAS PRINCIPALES REGULACIONES CONSTITUCIONALES Y LEGALES DEL REGIMEN TRIBUTARIO EN EL ECUADOR"*, QUITO, CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, PRIMERA EDCION.
- ✓ FENOCHIETTO RICARDO, (2006), *"ANÁLISIS INTEGRAL DE LAS FINANZAS PÚBLICAS Y SUS EFECTOS"*, BUENOS AIRES.
- ✓ GARZÓN CARLOS LICTO, (2008), *"REFORMAS A LA DETERMINACIÓN AL IMPUESTO A LA RENTA EN COMENTARIOS A LA LEY REFORMATORIA PARA LA EQUIDAD TRIBUTARIA EN EL ECUADOR"*, QUITO, PROCESSUM.

- ✓ GONZALEZ DARÍO, (2002), *“REGIMENES ESPECIALES DE TRIBUTACION TENDENCIAS ACTUALES EN LA POLITICA Y ADMINISTRACION TRIBUTARIA DE LOS PAISES DE AMERICA LATINA”*, BOLETÍN AFIP Nº 59, 01 DE JUNIO.

- ✓ GROVES HAROLD M., (1975), *“FINANZAS PÚBLICAS”*, MÉXICO, EDITORIAL TRILLAS.

- ✓ HONORABLE CONGRESO NACIONAL, (2005), CODIFICACIÓN DEL CÓDIGO TRIBUTARIO, LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION, QUITO.

- ✓ LAMBIN JEAN-JACQUES, (1994), *“LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING”*, EDITORIAL MC. GRAW HIL, TERCERA Edición.

- ✓ M. CARTER, KENNETH LEM, OTROS, (1975), *“INFORME DE LA REAL COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA FISCALIDAD INFORME CARTER”*, MADRID, FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE, VERSIÓN ESPAÑOLA DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES DE ESPAÑA.

- ✓ MARKETING-XXI.COM, “CONCEPTO DE PRODUCTO”,
<http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>

- ✓ MONOGRAFIAS.COM, (2015), “SISTEMA TRIBUTARIO: LA ELUSIÓN, UNA VENTANA PARA NO CUMPLIR LÍCITAMENTE LAS OBLIGACIONES FISCALES”,
<http://www.monografias.com/trabajos60/sistema-tributario-elusion-fiscal/sistema-tributario-elusion-fiscal.shtml>

- ✓ PLAZAS VEGA MAURICIO, *“EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AGREGADO IVA”*, OBRA CITADA.

- ✓ QUERALT JUAN MARTÍN, LOZANO SERRANO CARMELO, POVEDA FRANCISCO, (2001), MADRID, ARANZA EDITORIAL, SEXTA EDICIÓN.
- ✓ SMITH ADAM, (1776), “RIQUEZA DE LAS NACIONES”, FINANZAS Y CONSTITUCION.
- ✓ TROYA JARAMILLO JOSÉ VICENTE, (2008), “ESTUDIOS DE DERECHO INTERNACIONAL TRIBUTARIO”, QUITO, PUDELECO.
- ✓ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, (2008), RESOLUCIÓN NO. NAC-DGER2008-0570, ECUADOR, DIRECTOR GENERAL.
- ✓ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, ECUADOR, www.sri.gob.ec
- ✓ SIMONE LASSO CARMEN AMALIA, (2014), “MANUAL DE DERECHO TRIBUTARIO”, QUITO, CEP. CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES.
- ✓ VALDES COSTA RAMÓN, (2001), “CURSO DE DERECHO TRIBUTARIO”, BOGOTÁ, TEMIS, TERCERA EDICIÓN.
- ✓ VALDES COSTA RAMÓN, (1996), “INSTITUCIONES DE DERECHO TRIBUTARIO”, BUENOS AIRES, DEPALMA.
- ✓ WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE, “PRODUCTO (MARKETING)”, OBTENIDO DE, [http://es.wikipedia.org/wiki/Producto %28marketing%29](http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_%28marketing%29)