



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA

**EL IMPACTO DEL INCREMENTO DEL 12% AL 15% DEL IVA SOBRE
LA ECONOMÍA DE LA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

TUTOR

MGTR. FANNY LORENA CASTAÑEDA VELEZ

AUTORES

CINDY YULISSA ORTEGA CARRERA

LADY PATRICIA VILLÓN SARZOSA

GUAYAQUIL

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

El Impacto del Incremento del 12% al 15% del Iva sobre la economía de las Pequeñas y Medianas Empresas Pymes de la ciudad de Guayaquil.

Autor/Es:

Cindy Yulissa Ortega Carrera
Lady Patricia Villón Sarzosa

TUTOR:

Mgtr, Castañeda Vélez Fanny Lorena

INSTITUCIÓN:

**Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil**

Grado obtenido:

Licenciados En Contabilidad Y Auditoría

FACULTAD:

ADMINISTRACION

CARRERA:

CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2024

N. DE PÁGS:

103

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración

PALABRAS CLAVE: Empresa, Impuestos, consumo, precio.

RESUMEN:

Debido al problema social que vive la sociedad ecuatoriana y a la falta de recursos económicos en la caja fiscal, el Gobierno Nacional optó por enviar a la Asamblea Nacional un proyecto de ley para realizar una reforma tributaria que, entre tantas cosas, resalta el incremento del impuesto al valor agregado en 3 puntos porcentuales. Dicho proyecto, es puesto en vigencia por medio del ministerio de ley ante la negativa de la Asamblea de aprobarlo. Y así, que en abril 1 de abril de 2024 que rige el nuevo monto de IVA ante el reclamo de la ciudadanía y las cámaras de producción por las consecuencias en las economías de las personas y empresas. Por ello en el presente trabajo de investigación estudiaremos el impacto que causará esta reforma tributaria sobre todo en las empresas pymes. Mediante la aplicación de metodologías de investigación y enfoques, así como también la formulación de una encuesta dirigida a consumidores y empresas (pymes), se buscará conocer el comentario de los participantes del escenario económico. Así mismo, se estudiará a empresas comerciales para analizar cuál de qué manera ha afectado este incremento de IVA y cuál sería su proyección al futuro de acuerdo al comentario dado por los encuestados

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (Web):

ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Ortega Carrera Cindy Yulissa Villón Sarzosa Lady Patricia	Teléfono:	E-mail: cortegaca@ulvr.edu.ec lvillons@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Título. Mgtr. Betty Aguilar Echeverria (Decano) Teléfono: 04-2596500 Ext. 201 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec	
	Título. Mgtr. Martha Beatriz Hernandez Armendariz (Director de Carrera) Teléfono: 04-2596500 Ext. 271 E-mail: mhernandeza@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

incremento del 12%

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

1%

★ es.wikipedia.org

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

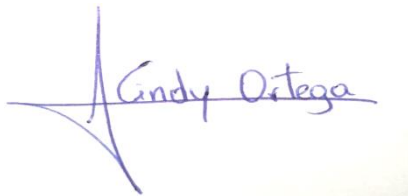
Activo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados **CINDY YULISSA ORTEGA CARRERA Y LADY PATRICIA VILLÓN SARZOSA** declaramos bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, **El Impacto Del Incremento Del 12% Al 15% Del Iva Sobre La Economía De La Pequeñas Y Medianas Empresas Pymes De La Ciudad De Guayaquil.**, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

A handwritten signature in blue ink that reads "Cindy Ortega". The signature is stylized with a large, sweeping flourish on the left side.

Firma:

Ortega Carrera Cindy Julissa

C.I. 0957049026

A handwritten signature in blue ink that reads "Lady Villón S". The signature is enclosed in a hand-drawn oval.

Firma:

Villón Sarzosa Lady Patricia

C.I. 0953603925

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación **EL IMPACTO DEL INCREMENTO DEL 12% AL 15% DEL IVA SOBRE LA ECONOMÍA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: **EL IMPACTO DEL INCREMENTO DEL 12% AL 15 DEL IVA SOBRE LA ECONOMÍA DE LA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, presentado por el (los) estudiante (s) **CINDY YULISSA ORTEGA CARRERA Y LADY PATRICIA VILLÓN SARZOSA** como requisito previo, para optar al Título de **LICENCIADO(A) EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Firmado electrónicamente por:
**FANNY LORENA
CASTANEDA VELEZ**

Mgr. Fanny Lorena Castañeda Vélez

C.C.0916567407

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la fortaleza y la sabiduría que me ha dado en todo el transcurso de la carrera, por ayudarme a culminar esta etapa universitaria, de igual manera a toda mi familia por estar presente y nunca dejarme decaer ante cualquier problema que se haya presentado.

A la universidad laica por haberme permitido conocer a Domenica, Fátima y Juan con quien compartí todos estos años académicos y con quien compartí momentos de felicidad, aventuras y experiencias vividas a lo largo de la carrera.

Villón Sarzosa Lady Patricia

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido fundamentales en la realización de esta tesis. Agradezco profundamente a mi tutora Fanny Castañeda Vélez por su orientación, apoyo durante todo el proceso, agradezco también a mis familiares y amigos por su constante comprensión y aliento.

Así mismo, agradezco a mis profesores y compañeros que con su conocimiento y colaboración me han ayudado hasta el final. Este proyecto no habría sido posible sin su ayuda y apoyo.

Ortega Carrera Cindy Yulissa

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada con mucho cariño, amor y respeto principalmente a Dios y luego a mis padres Rina Sarzosa y Juan Villón, a mis abuelitos: Julia Zapata y Juan Villon y en general a toda mi familia, por siempre brindarme su apoyo incondicional y ser un soporte durante estos cinco años de la carrera. Gracias por siempre estar presente en cada etapa, en cada momento en que las cosas se me complicaban y siempre estar prestos para ayudarme, Si no fuera por ustedes yo no sería la mujer y la profesional en que estoy a punto de convertirme.

Día a día mi lucha por ser una mejor persona y profesional y sentir que se sienten orgullosos de la mujer que soy hoy en día es por ustedes, sin más que decir les agradezco eternamente por haberme dado las mejores herramientas para convertirme en una mujer de bien y para yo hoy en día poderme defender sola en la vida, los amo.

Villón Sarzosa Lady Patricia

Primeramente, agradeciéndole a Dios por haberme permitido llegar y pasar todo mi proceso académico, mi tesis va dirigida a mis padres Vicente Ortega y Hilda Carrera, hermanos Darwin y José Ortega, hijo Sebastián Triviño, sobrinos Samuel y Sara Ortega y mi esposo Roger Triviño por sus constantes apoyos, comprensiones y alientos a lo largo de este viaje académico. Sus dedicaciones y amor han sido mi mayor fuente de inspiración y fortaleza. Siempre agradeceré por las palabras de inspiración que me dan mis padres y no rendirme jamás, día a día luchaba para ser una gran mujer con aspiraciones, aunque hubo muchos tropiezos, pero lo logre con la ayuda de ellos que fueron muy importante en toda mi etapa porque sin ellos este trabajo no habría sido posible, los amo tanto y siempre estaré agradecida por absolutamente todo el apoyo que me dieron.

Agradeciendo siempre a los Máster de la universidad Laica por sus enseñanzas y apoyo de la mejor manera.

Ortega Carrera Cindy Yulissa

RESUMEN

Debido al problema social que vive la sociedad ecuatoriana y a la falta de recursos económicos en la caja fiscal, el Gobierno Nacional optó por enviar a la Asamblea Nacional un proyecto de ley para realizar una reforma tributaria que, entre tantas cosas, resalta el incremento del impuesto al valor agregado en 3 puntos porcentuales. Dicho proyecto, es puesto en vigencia por medio del ministerio de ley ante la negativa de la Asamblea de aprobarlo. Y así, que en abril 1 de abril de 2024 que rige el nuevo monto de IVA ante el reclamo de la ciudadanía y las cámaras de producción por las consecuencias en las economías de las personas y empresas.

Por ello en el presente trabajo de investigación estudiaremos el impacto que causará esta reforma tributaria sobre todo en las empresas pymes. Mediante la aplicación de metodologías de investigación y enfoques, así como también la formulación de una encuesta dirigida a consumidores y empresas (pymes), se buscará conocer el comentario de los participantes del escenario económico. Así mismo, se estudiará a empresas comerciales para analizar cuál de qué manera ha afectado este incremento de IVA y cuál sería su proyección al futuro de acuerdo al comentario dado por los encuestados.

Palabras claves: Empresa, impuestos, consumo, precio.

ABSTRACT

Due to the social problem that Ecuadorian society is experiencing and the lack of economic resources in the fiscal fund, the National Government chose to send to the National Assembly a bill to carry out a tax reform that, among many things, highlights the increase in the tax to the added value by 3 percentage points. Said project is put into effect through the Ministry of Law due to the Assembly's refusal to approve it. And so, on April 1, 2024, the new VAT amount governs in response to the claim of citizens and production chambers due to the consequences on the economies of people and companies.

Therefore, in this research work we will study the impact that this tax reform will have, especially on SME companies. Through the application of research methodologies and approaches, as well as the formulation of a survey aimed at consumers and companies (SMEs), we will seek to know the comments of the participants of the economic scenario. Likewise, commercial companies will be studied to analyze how this increase in VAT has affected them and what their future projection would be according to the comments given by the respondents.

Keywords: Company, taxes, consumption, price.

INDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo I	3
Generalidades de la Propuesta	3
1.1 Tema	3
1.2 Antecedentes	3
1.3 Planteamiento del Problema.....	3
1.4 Formulación del Problema.....	4
1.5 Objetivos de la PropuestaObjetivo General:	5
Objetivos Específicos:	5
1.6 Idea a defender	5
1.7 Línea de investigación institucional.....	6
Línea institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.	6
Capítulo II	7
Marco Teorico	7
2.1 Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).....	7
2.1.1 Antecedentes y algunas definiciones sobre este tipo de empresas	7
2.1.2 Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y su participación en el desarrollo económico del Ecuador	7
2.1.3 Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en la ciudad de Guayaquil: Generalidades y su clasificación	7
2.1.4 Principales desafíos a los cuales se enfrentan las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica y en el Ecuador	9
2.1.4.1 Desafíos de las Pymes en Latinoamérica.....	9
2.1.4.2 Desafíos de las Pymes en el Ecuador	9
2.1.4.2.1 Legislaciones que regulan su funcionamiento.....	10
2.1.4.2.2 Dificultad para acceder a los créditos que se ofrecen en los mercadosfinancieros	10
2.1.4.2.3 Crecimiento de sus estructuras acorde a las exigencias del mercado	11
2.2 El Impuesto al Valor Agregado (IVA): Generalidades, tipos y modo de aplicación.	12

2.2.1	Generalidades	12
2.2.2	Tipos	13
2.2.3	Modo de aplicación	14
2.3	El entorno socio-económico en el que desarrollan sus actividades en el Ecuador	14
2.3.2	El entorno económico	15
2.3.3	Los nuevos emprendimientos y sus retos	16
2.4	El Gobierno Nacional y sus políticas de estado: las dificultades que encontró el Gobierno actual	17
2.4.1	Problemas sociales	17
2.4.2	Déficit de los recursos económicos estatales	17
2.4.3	Inconvenientes en el manejo de la política.....	18
2.4.4	Problemas del poder judicial	18
2.5	La aplicación del plan económico urgente del Gobierno Constitucional del presidente Daniel Noboa Azin	18
Capítulo III.....		23
Marco Metodológico		23
3.1	Enfoque y Método	23
3.1.1	El enfoque mixto	23
3.1.2	Método Descriptivo, Observacional y No Experimental	24
3.1.3	Descripción del método a utilizarse.....	26
3.1.4	Justificación del método a utilizarse	27
3.2	Técnicas de recolección de datos.....	27
3.3	Técnicas de análisis de datos	29
3.4	La Encuesta: “El Impacto del aumento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comportamiento de los consumidores y comerciantes”	30
3.4.1	La encuesta a los consumidores	31
3.4.1.1	Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados Análisis de las Encuestas	31
3.4.2	La encuesta a los comerciantes (empresas pymes).....	38
3.4.2.1	Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados.....	38
3.4.3	Conclusión de las Encuestas	45
Capítulo IV		46
El incremento del impuesto al valor agregado (IVA) de acuerdo a las últimas		

reformas tributarias de marzo de 2024: su impacto sobre la economía de las pymes de la ciudad de Guayaquil.....	46
4.1 Las Pymes y su desarrollo en la economía de la ciudad de Guayaquil ..	46
4.2 Clasificación de las Pymes de acuerdo a su actividad económica en la ciudad de Guayaquil.....	48
4.2.1 Sector comercial	48
4.2.2 Sector de servicios.....	49
4.2.3 Sector agrícola.....	50
4.3 Las ventas de las Pyme como fuente de ingresos de los emprendimientos en la ciudad de Guayaquil	51
4.4 La rentabilidad y su afectación en las operaciones de la Pyme	52
4.5 Comentarios de los diversos sectores económicos sobre la reforma tributaria implementada.....	53
4.6 Casos Prácticos: Estudio, revisión y análisis de las operaciones comerciales de empresas pymes en la ciudad de Guayaquil entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.....	54
4.6.1 Caso Práctico: Estudio, revisión y análisis de las operaciones comerciales de la Compañía ABC entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.	54
4.6.2 Caso Práctico: Estudio, revisión y análisis de las operaciones comerciales de la Compañía XYZ entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.	72
4.6.3 Conclusiones sobre el estudio de las dos empresas analizadas.....	81
Conclusiones.....	82
Recomendaciones.....	83
Referencia Bibliograficas	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Clasificación de las empresas por su número de trabajadores	8
Tabla 2	Clasificación de las empresas por su valor de ventas anuales	9
Tabla 3	Tarifas de IVA aplicado a los diferentes sectores.....	13
Tabla 4	Pregunta 1 Consumidor	32
Tabla 5	Pregunta 2 Consumidor	33
Tabla 6	Pregunta 2.1 Consumidor	34
Tabla 7	Pregunta 3 Consumidor	35
Tabla 8	Pregunta 4 Consumidor	36
Tabla 9	Pregunta 5 Consumidor	37
Tabla 10	Pregunta 6 Consumidor	39
Tabla 11	Pregunta 7 Consumidor	40
Tabla 12	Pregunta 7.1 Consumidor.....	41
Tabla 13	Pregunta 8 Consumidor	42
Tabla 14	Pregunta 9 Consumidor	43
Tabla 15	Pregunta 10 Consumidor.....	44
Tabla 16	Distribución de empresas por cantón en la provincia del Guayas	48
Tabla 17	Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022-2023-2024.....	57
Tabla 18	Venta Productos Alimenticios abril a junio 2022-2023-2024.....	58
Tabla 19	Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022.....	59
Tabla 20	Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2023.....	59
Tabla 21	Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2024.....	60
Tabla 22	Ventas Consolidadas períodos abril a junio 2022-2023-2024	62
Tabla 23	Costo de Venta Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	63
Tabla 24	Costo de Venta Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	64
Tabla 25	Costo de Venta Consolidado períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	65
Tabla 26	Impuestos mensuales períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	66
Tabla 27	Rentabilidad Bruta Venta de Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.....	67
Tabla 28	Rentabilidad Bruta Venta de Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	69
Tabla 29	Rentabilidad Consolidada períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	70
Tabla 30	Costo de Bienes con IVA antes y después de incremento.....	71
Tabla 31	Costo de Bienes con IVA 0%	72
Tabla 32	Ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024	74
Tabla 33	Ventas períodos abril a junio años 2023 y 2024.....	75
Tabla 34	Ventas períodos abril a junio años 2023 y 2024.....	77
Tabla 35	Costo de Venta y Gastos Operacionales períodos abril a junio años 2023 y 2024.	78
Tabla 36	Utilidad bruta en ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024.....	79
Tabla 37	Utilidad bruta en ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024.....	80

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Pregunta 1 Consumidor	32
Figura 2	Pregunta 2 Consumidor	33
Figura 3	Pregunta 3 Consumidor	34
Figura 4	Pregunta 3 Consumidor	35
Figura 5	Pregunta 4 Consumidor	36
Figura 6	Pregunta 5 Consumidor	37
Figura 7	Pregunta 6 Consumidor	39
Figura 8	Pregunta 7 Consumidor	40
Figura 9	Pregunta 7.1 Consumidor	41
Figura 10	Pregunta 8 Consumidor	42
Figura 11	Pregunta 9 Consumidor	43
Figura 12	Pregunta 10 Consumidor.....	44
Figura 13	Distribución de ventas según sectores económicos en el año 2023	49
Figura 14	Evolución de la estructura de ventas en el periodo 2012-2022.....	50
Figura 15	Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022-2023-2024	57
Figura 16	Venta Productos Alimenticios abril a junio 2022-2023-2024	58
Figura 17	Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022-2023-2024	59
Figura 18	Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2023.....	60
Figura 19	Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2024.....	61
Figura 20	Ventas Consolidadas períodos abril a junio 2022-2023-2024.....	62
Figura 21	Costo de Venta Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023, 2024.	63
Figura 22	Costo de Venta Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	64
Figura 23	Costo de Venta Consolidado períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	65
Figura 24	Impuestos mensuales períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024. ...	66
Figura 25	Rentabilidad Bruta Venta de Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.....	68
Figura 26	Rentabilidad Bruta Venta de Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.....	69
Figura 27	Rentabilidad Consolidada períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.	70
Figura 28	Ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024	75
Figura 29	Ventas períodos abril a junio años 2023 y 2024	76
Figura 30	Costo de Venta y Gastos Operacionales períodos enero a junio años 2023 y 2024.	77
Figura 31	Costo de Venta y Gastos Operacionales períodos abril a junio años 2023 y 2024.	78
Figura 32	Utilidad bruta en ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024.....	79
Figura 33	Utilidad bruta en ventas período abril a junio años 2023 y 2024.....	80

INTRODUCCION

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) han desempeñado un papel importante en el desarrollo económico de los mercados mundiales, el mismo que ha sido medido de acuerdo a su evolución durante los últimos años. Durante el pasado siglo (años 50 y 60), este tipo de empresas fueron llamadas como las grandes protagonistas en los procesos de desarrollo de las naciones; siendo una alternativa a las entidades que se manejaban en esos años. Es a partir de los años 70 (época de la crisis económica mundial), las PYME ganan mayor notoriedad; se presentan como generadores de empleos, espíritu innovador, fácil adaptación a los cambios que se presenten e importantes contribuyentes a la estabilidad social y económica de las naciones.

En los actuales momentos, los expertos y analistas económicos concuerdan en que los cambios en las economías mundiales, las PYME han sido actores fundamentales gracias a su nivel de competitividad. Inclusive, sus grandes competencias como son las empresas multinacionales, comparten su gran participación en los mercados económicos mundiales. Es importante resaltar que los gobiernos realizan todas las gestiones posibles en cuanto a incentivos (sociales, económicos, tributarios), para que las operaciones de las PYME no se vean afectadas debido a los cambios que se presenten.

La economía del país se ha visto afectada en los últimos años por los diversos cambios ocurridos debido a los problemas (socio-económicos) internos como externos, los mismos que han hecho al desarrollo normal de las actividades de las empresas. Han sido éstos lo que ha motivado que los Gobiernos de turnos hayan buscado implementar políticas de estado, reformas laborales, tributarias, entre otras; para reactivar la economía del país y que las mismas no incidan mayormente en el progreso de las empresas, entre ellas las PYME.

El desarrollo del presente trabajo de investigación está establecido de la siguiente manera: en capítulo uno se procederá a enunciar las generalidades de la propuesta de intervención para ubicar el problema o situación. En el capítulo dos se analizará a las PYME en el país y en especial a las de la ciudad de Guayaquil, así mismo se revisará la base teórica sobre la operatividad. En capítulo tres, se hace referencia al marco normativo y metodológico. En el capítulo cuatro se revisará una breve reseña en cifras de las PYME de la ciudad de Guayaquil, en especial las del sector comercial y se efectuará un análisis reflexivo sobre el impacto del incremento del impuesto al valor agregado sobre la economía de las PYME del sector comercial de esta ciudad. Luego se emitirá las conclusiones y recomendaciones sobre el tema tratado.

CAPITULO I GENERALIDADES DE LA PROPUESTA

1.1 Tema

El impacto del incremento del 12% al 15% del IVA sobre la economía de las pequeñas y medianas empresas (pyme) de la ciudad de Guayaquil.

1.2 Antecedentes

Los actuales gobiernos a nivel regional y mundial están apoyando el desarrollo de los emprendedores y las empresas PYME, siendo considerado esto como una táctica para que el desarrollo de las economías de los países afecte en menor proporción (tales como programas para generar empleos y reducir la pobreza). Estrategias como los apoyos económicos e incentivos adecuados a los escenarios actuales de globalización, son algunos de las condiciones a los que se enfrentan las PYME.

Existen situaciones no sólo económicas, sino sociales a los que se enfrentan este tipo de empresas. Por citar una de las que más está afectando es la inseguridad que viven muchos países de la región (entre ellos Ecuador), se reclama más apoyo gubernamental para combatir esta lucha social contra los grupos de delincuencia organizada (GDO). Para ello, el Gobierno Nacional se esmera en la búsqueda de recursos económicos para solventar los gastos que se incurren para el combate que se mantiene contra estos grupos organizados.

1.3 Planteamiento del Problema

La crisis social que vive el país desde el año 2021 y que se agudizó en enero del 2024, fue el motivo por el cual el Gobierno del presidente Daniel Noboa envió un proyecto de ley con carácter de urgente ante la Asamblea Nacional; el mismo que trataba sobre el incremento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12% al 15%. Este incremento solicitado por el Gobierno servirá para financiar la lucha contra el narcotráfico y bandas criminales (denominadas terroristas), ya que, a decir de las

autoridades económicas, no existen los suficientes recursos para enfrentar esta problemática social. En las semanas posteriores fue aprobada por decisión gubernamental (ante la negativa de la Asamblea Nacional) y cuya ejecución sería puesta en vigencia a partir del mes de abril de 2024.

Las pymes representan un rol importante en la economía del país. A decir, ocupan una gran parte del entorno empresarial, contribuyendo de manera significativa a la generación de empleo, incremento de los ingresos y al desarrollo socio – económico del país. Son empresas de un reducido tamaño estructural, con recursos financieros y humano muy limitados. Pero, hay que resaltar que, pesar de sus dificultades, son capaces de ser muy emprendedoras, se adaptan a los cambios y aceptan los retos del ambiente empresarial en que se desenvuelven. Según el INEC, el número de empresas activas entre 2021 y 2022 aumentó en 13.807, lo que representa un crecimiento del 1,6%; correspondiendo éste al segmento de las microempresas.

Ante la vigencia de esta ley económica, todos los actores de los diversos mercados económicos del país, entre ellos las Pymes, se verán afectados por ésta. Por tanto, se vuelve interesante revisar y analizar el impacto del incremento del 3% al Impuesto al Valor Agregado (IVA) en las operaciones comerciales de las Pymes de la ciudad de Guayaquil.

1.4 Formulación del Problema

¿En qué magnitud se verán afectadas las operaciones comerciales y financieras de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de la ciudad de Guayaquil, a partir de la aprobación y vigencia del proyecto de ley económica enviada por el Gobierno Nacional con carácter de urgente ante la Asamblea Nacional; donde se incrementa el Impuesto al Valor Agregado en un 3%?

1.5 Objetivos de la Propuesta

Objetivo General:

Analizar el impacto del incremento del 12% al 15% del Iva sobre la economía de las Pequeñas y Medianas Empresas Pymes de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

Establecer el número de Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) creadas en la ciudad de Guayaquil.

Analizar la participación de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el mercado empresarial ecuatoriano, segmentados por su actividad económica.

Estudiar las legislaciones tributarias vigentes cuyas leyes involucren las actividades de las Pymes.

Evaluar la aplicación del Decreto Ejecutivo # 198 emitido en marzo 15 de 2024 cuya ejecución fue a partir de abril 1 del presente año y su afectación en las operaciones de las Pymes del sector comercial, proponiendo estrategias para que este impacto no sea tan considerable.

1.6 Idea a defender

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) afrontan muchos problemas para poder realizar sus operaciones con normalidad, entre ellos tenemos las afectaciones económicas (el incremento del IVA del 12% al 15% en sus bienes y servicios que ofrecen; y se prevé que buscando estrategias en común utilizadas puedan ayudar aplacar los desfinanciamientos que pudieran tener a futuro a corto plazo.

1.7 Línea de investigación institucional

Línea institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

2.1.1 Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y su participación en el desarrollo económico del Ecuador

En un país como Ecuador donde la economía se sustenta en gran medida debido a la exportación de recursos no renovables como el petróleo y otros recursos naturales como banano, pescado, camarón y cacao; donde más de la mitad del producto interno bruto (PIB) se agrupa en un pequeño grupo de grandes empresas y además de no contar con una moneda propia, es importante hacerse la pregunta si las PYMES tienen la oportunidad de competir en este escenario (Rodríguez & Avilés, 2020).

2.1.2 Antecedentes y algunas definiciones sobre este tipo de empresas

El nacimiento de las microempresas se puede atribuir a la crisis que se ha dado en las últimas décadas en la economía mundial. Pero si nos remontamos a un antecedente más remoto, vemos el surgimiento de sus actividades en talleres artesanales como actividades textiles, en el ámbito del transporte y la industria metálica para posteriormente expandirse a áreas del comercio y de servicios como consecuencia de un proceso de ampliar los mercados (Rodríguez & Avilés, 2020).

Las pequeñas y medianas empresas se han convertido en factores importantes para el desarrollo productivo de los distintos países de América Latina. Poseen una producción vinculada al mercado interno, debido a esto gran parte de la población y, a su vez, de la economía dependen de su actividad. Sin embargo, debido a su poca competitividad frente a grandes empresas, su participación en términos de exportación se encuentra muy reducida (Tello, 2014).

Debemos tener en cuenta que existe cierta variación en la definición exacta de PYMES debido a que éstas pueden variar en relación a la economía del país donde se encuentran, esto quiere decir que para un país con una economía pequeña en relación a la economía mundial una PYMES puede considerarse como

grande, mientras que en otro país con una economía elevada la misma PYME puede considerarse pequeña (Rodríguez & Avilés, 2020).

2.1.3 Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en la ciudad de Guayaquil: Generalidades y su clasificación

De acuerdo a la resolución No. 1260 de la Comunidad Andina (CAN) podemos clasificar a las empresas de dos formas: de acuerdo al número de trabajadores que poseen o de acuerdo al valor de sus ventas anuales. Si nos referimos al número de trabajadores podemos clasificar a las empresas de la siguiente manera:

Tabla 1

Clasificación de las empresas por su número de trabajadores

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE TRABAJADORES
Microempresa	De 1 a 9 trabajadores
Pequeña empresa	De 10 a 49 trabajadores
Mediana empresa	De 50 a 199 trabajadores
Empresa grande	Más de 200 trabajadores

Fuente: Comunidad Andina de Naciones, (s,f)

En cuanto a su clasificación por su valor de ventas anuales tenemos lo siguiente:

Tabla 2

Clasificación de las empresas por su valor de ventas anuales

TIPO DE EMPRESA	VALOR DE VENTAS ANUALES
Microempresa	De \$1 a \$100 000
Pequeña empresa	De \$100 001 a \$1 000 000
Mediana empresa	De \$1 000 001 a \$5 000 000
Empresa grande	Más de \$5 000 001

Fuente: Comunidad Andina de Naciones, (s,f)

2.1.4 Principales desafíos a los cuales se enfrentan las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica y en el Ecuador

2.1.4.1 Desafíos de las Pymes en Latinoamérica

Las variables de su microentorno influyen en el éxito de las PYMES, dentro de estas variables podemos considerar a los proveedores, los intermediarios (distribuidores, sistema de almacenamiento, transporte, entre otros) y el mercado. Para algunas empresas les resulta favorable su relación con proveedores e intermediarios, pero no en todos los casos resulta en algo positivo. Por ejemplo, existen empresas que en gran medida dependen de las ventas resultantes a grandes cadenas de distribución, así mismo existe el riesgo de perder su operación comercial si alguno de dichos intermediarios cambia de proveedor. Por esta razón se identifica una falta de planeación a largo plazo por parte de los empresarios de las PYMES (Zapata, 2004).

2.1.4.2 Desafíos de las Pymes en el Ecuador

Al analizar el desarrollo y crecimiento de las PYMES en países de América Latina en las últimas décadas se ha evidenciado que han crecido en menor proporción comparado con países desarrollados. En Ecuador las PYMES desempeñan un papel importante en la economía nacional debido a la generación

de empleos y también al dinamizar la economía. La ventaja que poseen yace en su capacidad de adaptabilidad a nuevos requerimientos del mercado y necesidades de clientes, algo que para las grandes empresas no resulta tan sencillo llevar a cabo. En nuestro país las PYMES abarcan el 95, 5% de las empresas existentes siendo las microempresas las que ocupan el mayor porcentaje. En el año 2017 aproximadamente 3 millones de PYMES arrancaron su negocio, pero gran parte de éstas cerraron luego de un corto tiempo. Esto puede deberse a la falta de liquidez para cubrir sus gastos operativos y administrativos (Rodríguez & Avilés, 2020).

Sumado a lo ya mencionado, existen ciertos impedimentos que retrasan el desarrollo de las PYMES al referirnos al contexto nacional, entre los cuales podemos mencionar el restringido acceso a créditos, lo que limita los procesos de mejora continua y de esta forma poder afrontar la competencia en mejores condiciones (Rodríguez & Avilés, 2020).

2.1.4.3 Legislaciones que regulan su funcionamiento

Las PYMES poseen un marco legal que las sustenta, como indican Rodríguez & Avilés (2020) esto se origina en el artículo 276 de la Constitución del Ecuador aprobada en el año 2008. Así como también en el artículo 281, 283 y 321 de dicha Constitución. Además, en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Innovaciones que se publicó en 2010 se encuentra regulado todo aquello que tiene relación con el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, en especial en los artículos 54 y 59 (Rodríguez & Avilés, 2020).

2.1.4.4 Dificultad para acceder a los créditos que se ofrecen en los mercados financieros

Como ya hemos visto las PYMES en Latinoamérica representan aproximadamente el 90% de las empresas de la región, pese a su importancia dichas empresas afrontan una serie de retos que les impide tener un desarrollo integral, como es el caso de acceso a financiamiento en forma de créditos.

La banca pública ecuatoriana, BanEcuador, realiza créditos para dar

financiamiento a empresas como las PYMES, entre ellas las pymes pecuarias son las que han solicitado un mayor número de créditos, seguido por las pymes industriales y las pymes de turismo. Pero se ha evidenciado que los requerimientos necesarios para aplicar a un crédito son excesivos, para el 88% de las pymes estos requisitos son difíciles de cumplir. Existen diferentes motivos como el avalúo de los bienes, área en que se encuentra sectorizada y certificado de gravamen actualizado repercuten en el rechazo de la solicitud de sus créditos. Además, las pymes consideran que el buró de crédito posee una gran influencia al momento del rechazo de su solicitud, ya que instituciones financieras como BanEcuador previo a la aprobación de un crédito ingresan al buró de crédito para identificar las deudas adquiridas por las empresas y el comportamiento de pago que han tenido (Quintero, 2021).

2.1.4.5 Crecimiento de sus estructuras acorde a las exigencias del mercado

Las pymes en Ecuador desempeñan un papel vital en la economía del país. Pues, representan una gran parte del tejido empresarial y contribuyen significativamente al empleo, la generación de ingresos y el crecimiento económico. Cabe recalcar que, las pymes ecuatorianas se caracterizan por ser empresas de tamaño reducido, con un número de empleados y recursos financieros limitados. Sin embargo, a pesar de sus obstáculos, son altamente emprendedoras y muestran una gran capacidad para adaptarse a los cambios y desafíos del entorno empresarial.

En Ecuador, el sector de las pymes abarca una amplia gama de industrias y sectores, incluyendo agricultura, comercio minorista, turismo, manufactura y servicios. Estas empresas suelen ser familiares o gestionadas por emprendedores locales, lo que les confiere un carácter cercano y una atención personalizada a sus clientes.

Según datos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, las pymes han experimentado un crecimiento promedio del 10% anual en los últimos cinco años. Esto representa un impulso significativo para la

economía del país y demuestra el papel crucial que desempeñan estas empresas en la generación de empleo y el fomento de la competitividad empresarial.

Además, un estudio reciente realizado por la Cámara de Comercio de Quito revela que el 75% de las pymes ecuatorianas han implementado nuevas tecnologías en sus operaciones, lo que les ha permitido mejorar su eficiencia y competitividad en el mercado. Asimismo, se destaca que el 80% de estas empresas ha diversificado sus productos o servicios para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. Estas cifras son un claro indicio de la agilidad y la capacidad de adaptación que caracterizan a las pymes ecuatorianas.

La pequeña y mediana empresa lideran la transformación y experimentan un crecimiento exponencial, dejando así una huella significativa en el sector empresarial del país (Primicias, 2024).

2.2 El Impuesto al Valor Agregado (IVA): Generalidades, tipos y modo de aplicación.

2.2.1 Generalidades

En Ecuador la política tributaria asegura la equidad social y ayuda a financiar los gastos públicos, nuestro sistema impositivo se sustenta en 3 impuestos principales: el primero es un impuesto directo conocido como Impuesto a la Renta, mientras que los otros dos son impuestos indirectos como es el caso del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) y el Impuesto al Valor Agregado (IVA) (Oliva, 2008).

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es una determinada cantidad de dinero que se añade al valor que cuesta un producto o servicio. El valor del IVA que una empresa entrega al estado corresponde a un valor fijo que debe ser declarado en un periodo mensual. El IVA tiene un enorme impacto en la economía de un país al tratarse de un impuesto que afecta al consumo de manera directa y por ende quienes terminan pagando dicho valor son los consumidores directos. (Sandoya et al, 2021)

2.2.2 Tipos

En la siguiente tabla recuperada de la página web del Servicio de Rentas Internas podemos ver las diferentes tarifas de IVA que se aplican en los diferentes sectores productivos, así como también la norma o decreto respectivo (SRI, 2024):

Tabla 3

Tarifas de IVA aplicado a los diferentes sectores

DECRETO/NORMA	TARIFA IVA	PERIODO	SECTOR
Decreto ejecutivo No. 644	0.08	a. Sábado 18, domingo 19, lunes 20 y martes 21 de febrero de 2023; días correspondientes al feriado de carnaval.	Turístico
		b. Viernes 07, sábado 08 y domingo 09 de abril de 2023, días correspondientes al feriado por Semana Santa.	
		c. Jueves 02, viernes 03, sábado 04 y domingo 05 de noviembre de 2023, días correspondientes al feriado por día de los difuntos e Independencia de Cuenca	

Decreto ejecutivo No. 190	0.08	Viernes 29, sábado 30 y domingo 31 de marzo de 2024.	Turístico
Decreto ejecutivo No. 198	0.15	Durante el año 2024, desde el 01 de abril de 2024.	General
Registro Oficial No. 516 de la Ley Orgánica para Enfrentar el Conflicto Armado Interno, la Crisis Social y Económica	0.05	Desde el 01 de abril de 2024.	Construcción

Fuente: Servicio de Rentas Internas, (s,f)

También existen bienes y servicios con tarifa de IVA del 0% que abarcan 5 ámbitos como son: determinados productos alimenticios (94 tipos de alimentos), ciertos servicios de gastos de vivienda, ciertas medicinas y servicios de salud, determinados productos y servicios del sector educativo y por último determinados servicios de transporte (SRI, 2024).

2.2.3 Modo de aplicación

El impuesto al valor agregado es un impuesto considerado como directo, ya que se lo grava al momento de ejecutar una transacción comercial; sea esto, por una compra de un bien o un servicio. Es decir, todos los consumidores pagan este impuesto; dependiendo si éste grava o no el IVA.

2.3 El entorno socio-económico en el que desarrollan sus actividades en el Ecuador

2.3.1 El entorno social

En Ecuador, las PYMES se enfrentan a un entorno social duro, marcado por la violencia y el crimen organizado que cada vez ocasionan daños económicos cuantiosos a este tipo de negocios y pequeñas empresas. La tasa de homicidios en nuestro país pasó de 13,7 por cada cien mil habitantes a ser casi de cuatro veces más en el año 2023 con un valor de 43 homicidios por cada cien mil habitantes y la lucha de bandas criminales solo intensifica este problema social. Las extorsiones a pequeñas empresas se han duplicado en el año 2023 con 4600 denuncias, una situación realmente alarmante para los dueños de estos negocios que en vista de las constantes amenazas no tienen otra opción más que cerrar sus negocios (Rodríguez, 2023).

Esto solamente agravan otros problemas sociales como el desempleo y pobreza, problemas que los gobiernos no han podido subsanar desde la raíz debido a las pocas políticas gubernamentales que han sido eficaces. Una consecuencia de estos hechos ha sido la migración de compatriotas en busca de mejores oportunidades laborales al extranjero, generando una fuga de talento y pérdida de capital humano que de una manera u otra pudieron haber aportado al desarrollo de la economía del país (Soto et al, 2024).

2.3.2 El entorno económico

Como hemos visto anteriormente las PYMES al representar más del 90% de las empresas en la región significan un factor importante para el desarrollo productivo de los países en América Latina y pese a ello en nuestro país estas empresas no pueden tener un desarrollo correcto debido a barreras para acceder a financiamiento por parte del estado en forma de créditos, esto debido a que los requisitos para acceder a dichos créditos son difíciles de cumplir para la mayor parte de las empresas (Quintero, 2021).

A esto debemos sumarle otros factores que afectan la reactivación económica en nuestro país como la inestabilidad política y social que aleja las inversiones extranjeras y nuevas fuentes de empleo, esto se refleja en la subida del riesgo país. También la situación crítica en la que se encuentran gran parte de las

vías, carreteras y puentes debido al periodo invernal lo que aumenta el costo de transporte de alimentos y bienes de las empresas por lo que se espera que el estado agilice el desembolso de recursos para acelerar las obras viales. Y por último tenemos la baja inversión pública y privada que de manera directa o indirecta generan retrasos y en ocasiones detienen inversiones de las PYMES, frente a esto el gobierno actual ha aprobado nuevas leyes económicas urgentes que prometen dinamizar la economía incentivando y fomentando el dar empleo a jóvenes, financiar distintas iniciativas relacionadas al sector energético y fortalecer las actividades turísticas con nuevas medidas tributarias y económicas (Tapia, 2024).

2.3.3 Los nuevos emprendimientos y sus retos

Los cambios sistémicos e inesperados derivados del Covid-19 impulsaron de manera abrupta a los emprendimientos ecuatorianos a deslastrarse del modelo tradicional del negocio in situ. En ese sentido, se vieron forzados a incorporar las tecnologías de innovación y comunicación, con poca preparación y conocimiento, pasando hacia un modelo de negocio a distancia, para responder a la nueva realidad poscovid-19. Esto motivó a analizar el emprendimiento ecuatoriano en pandemia, así como los retos y desafíos a enfrentar en la postpandemia, mediante una revisión documental sobre la incidencia del contexto de crisis en su devenir, los hallazgos y obstáculos a enfrentar en el ámbito latinoamericano; así como las acciones empleadas por los emprendedores y el gobierno para afrontar la pandemia, siendo neurálgico abordar también el auge de la digitalización y los desafíos a enfrentar.

Los resultados muestran que el emprendimiento ecuatoriano se encuentra en un proceso de ajustes internos por necesidades propias e influidos desde el entorno por la crisis sanitaria, las políticas públicas y el nuevo marco regulatorio. Se concluye que el país requiere un viraje profundo de los emprendimientos, donde la digitalización de los procesos y la alfabetización digital son las bases para el resurgimiento económico; sin embargo, esto implica desafíos y esfuerzos mancomunados de todos los agentes económicos y gubernamentales, para evidenciar una evolución próspera que coadyuve a la estabilidad de los emprendimientos y de la economía nacional (Useche, Pereira, Barragán, 2021).

2.4 El Gobierno Nacional y sus políticas de estado: las dificultades que encontró el Gobierno actual

2.4.1 Problemas sociales

El país se encuentra ante una serie de prioridades y desafíos cruciales para el gobierno de Daniel Noboa Azin. En primer lugar, la seguridad se erige como una preocupación primordial, con la implementación de un Estado de Excepción y operativos en cárceles en colaboración con Estados Unidos. Asimismo, la crisis energética exige una renegociación con Colombia y una evaluación sincera sobre la inacción previa en materia energética. Aunque las condiciones meteorológicas han mejorado, el fenómeno del Niño sigue siendo motivo de inquietud, con posibles fortalecimientos en las próximas semanas.

Los desafíos futuros incluyen asegurar la sostenibilidad en materia de seguridad tras el Estado de Excepción, así como abordar la crisis institucional en el sistema judicial y fortalecer la capacidad de respuesta ante el Fenómeno del Niño, especialmente en zonas de alta inseguridad (Ruiz, 2024).

2.4.2 Déficit de los recursos económicos estatales

La situación económica del país es compleja, y los problemas financieros que Daniel Noboa, el presidente electo que espera asumir a principios de diciembre el gobierno no tendrán una receta fácil de solución. La falta de recursos, provocada por distintos factores, entre ellos, algunas de las decisiones políticas de Guillermo Lasso, y la imposibilidad de cumplir algunas de sus metas como duplicar la producción petrolera o conseguir por lo menos 30 mil millones de inversión extranjera en el Ecuador, así como la disolución de la Asamblea Nacional, han creado un escenario de incertidumbre económica.

Según cálculos del Observatorio de Política Fiscal, el déficit fiscal, es decir, el dinero que le falta al Estado para cubrir sus obligaciones, solo entre enero y agosto de 2023, alcanzó los 2.800 millones de dólares, mientras que, en el mismo periodo del año anterior, se había logrado en cambio un pequeño superávit. Solo en ese

indicador, se evidencia que Noboa recibirá el gobierno en diciembre, el mes más duro del año (la burocracia civil y militar recibe sueldos extra por navidad, como el décimo tercer sueldo) y contará con un escaso margen de maniobra (Vaca, 2023).

2.4.3 Inconvenientes en el manejo de la política

Aunque, el Primer Mandatario llegó al poder sin una mayoría en la Asamblea Nacional, su gobierno ha logrado aprobar cinco leyes económicas urgentes, algo que le resultó imposible a su predecesor, Guillermo Lasso. Y, pese a que Noboa ha ido quemando puentes con las otras fuerzas políticas, estas están ahora obligadas a tramitar las reformas derivadas de la consulta, por mandato popular. Incluso en temas a los que se habían opuesto radicalmente, como el correísmo con la extradición. Además, el Ejecutivo logró adjudicarle parte de la derrota en una de las dos preguntas económicas, la del trabajo por horas, al movimiento Construye, que lo acusa de haber influido en su eliminación del registro electoral (Primicias, 2024).

2.4.4 Problemas del poder judicial

El Primer Mandatario también llegó en un momento en que la Fiscalía puso en jaque al sistema judicial e, incluso, a una parte del Ejecutivo, con los escandalosos casos que destaparon la infiltración del crimen organizado en el Estado. Desde mediados de diciembre de 2023, la gestión de Diana Salazar en el Ministerio Público ha hecho tambalear a las estructuras delincuenciales enquistadas en el sistema de justicia. Y el presidente Noboa ha sabido adjudicarse parte del crédito y compartir con la fiscal general la aprobación de la opinión pública (Primicias, 2024).

2.5 La aplicación del plan económico urgente del Gobierno Constitucional del presidente Daniel Noboa Azin

2.5.1 Breve reseña de las leyes y decretos expedidos en el presente gobierno: Las leyes económicas urgentes aprobadas y puestas en vigencia

Primera Ley

Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo: esta ley, aprobada el 19 de diciembre del año 2023. Con la implementación de esta ley se busca garantizar la transparencia y participación ciudadana a la vez que se mantiene la sostenibilidad fiscal. Entre los ejes más importantes de esta ley tenemos (SIPP, 2024):

Incentivos para mayor contratación de empleo joven e inversiones: debido a que los empleadores que contraten jóvenes tendrán derecho a una deducción adicional en la base imponible del Impuesto a la Renta.

Generación de empleo en diferentes sectores: los empleadores tendrán una deducción adicional en la base imponible del Impuesto a la Renta de los sueldos por nuevas contrataciones en proyectos de construcción y agricultura.

Remisión tributaria y condonación de deudas: en este eje destaca la condonación del 100% de intereses. Multas y recargos para los contribuyentes que paguen deudas pendientes con el SRI.

Impulso a la recaudación: aquellos grandes contribuyentes tendrán que efectuar una autorretención del Impuesto a la Renta de forma mensual, el porcentaje de autorretención los establecerá el SRI.

Fortalecimiento de la lucha contra la evasión: este eje aplica para quienes no entreguen comprobantes de venta, dichas personas recibirán una sanción económica.

Segunda Ley

Ley Orgánica de Competitividad Energética: el día 11 de enero del año 2024 fue publicado el registro oficial de esta ley, la cual busca promover soluciones económicas con el objetivo de superar la crisis energética, a la vez que se optimizan

los recursos públicos asociados al sector energético (Vela, 2024). A continuación, veremos algunos beneficios tributarios de esta ley según Naranjo et al, (2024):

Se amplía la deducción adicional de depreciación cuando se adquieren maquinarias, equipos y otras tecnologías

La deducción de gastos en obras relacionadas a infraestructura eléctrica

Se amplía el supuesto del IVA 0% para aquellos equipos y accesorios destinados para la generación solar

Creación de nuevos rubros que pasan a considerarse como gastos personales

Tercera Ley

Ley Orgánica para Enfrentar el Conflicto Armado Interno, la Crisis Social y Económica: el registro oficial de esta ley se realizó el 11 de marzo del 2024. Esta ley tiene como objetivo enfrentar el conflicto armado interno, la crisis social y económica a través de los siguientes ejes (SRI, 2024):

Contribución temporal de seguridad, esto con el fin de proveer al Estado los recursos necesarios para enfrentar el conflicto armado

Contribución temporal sobre utilidades de los bancos y cooperativas de ahorro y crédito.

Subida del Impuesto al Valor Agregado del 12% al 15% a partir del 1 de abril del año 2024

La tarifa del Impuesto a la Salida de Divisas será del 5% a partir del 1 de abril del año 2024

Cuarta Ley

Ley Orgánica para el Ahorro y la Monetización de Recursos Económicos para el Financiamiento de la Lucha contra la Corrupción: inicialmente esta ley tenía el nombre de Ley para la Recuperación de Activos de Origen Ilícito y Transparencia de Contratación Pública pero posteriormente fue cambiado, esta ley fue aprobada el 8 de febrero del año 2024 y tiene como finalidad eliminar los beneficios económicos asociados a la criminalidad y también mejorar la transparencia y evitar la obtención de recursos ilícitos por medio de contratación pública. Además de otros objetivos como (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2024):

Financiar la lucha contra la corrupción.

Evitar la obtención de recursos de manera ilícita asociados a través de contratación pública.

Ahorrar recursos al agilizar los procesos de contratación pública, para casos emergentes.

Implementar mecanismos de extensión de dominio a favor del estado para dismantelar estructuras financieras provenientes de la delincuencia organizada.

Permitir la monetización de activos incautados que no se han podido justificar o son de origen ilícito.

Quinta Ley

Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo: este proyecto fue aprobado el 21 de marzo del año 2024 (Ministerio de Turismo, 2024). Como sabemos el turismo es una de las fuentes de ingresos importantes para nuestro país, por este motivo esta propuesta apunta a la reactivación de este sector por medio de la aplicación de nuevas medidas tributarias y económicas, donde se incentivan e impulsan las actividades turísticas, a

continuación, vemos algunas propuestas dentro de este proyecto Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (2024):

Redujo el Impuesto a la Salida de Divisas para aerolíneas ya sean nacionales o internacionales.

Se dispuso que todo transporte público deberá tener un sistema digital o satelital para seguimiento y seguridad de los pasajeros.

Se garantizará las asignaciones presupuestarias destinadas a actividades turísticas para promover el desarrollo turístico.

Simplificación de procesos en Instituciones del Sistema Financiero Nacional para que actores del sector turístico puedan cumplir con sus obligaciones.

CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

3.1 Enfoque y Método

3.1.1 *El enfoque mixto*

Una investigación con enfoque mixto recopila, analiza e integra información tanto de métodos cualitativos como de métodos cuantitativos con la finalidad de aprovechar las ventajas que ofrecen ambos a la vez que se minimizan posibles inconvenientes al combinar dichos métodos en la investigación. Por una parte, los datos cuantitativos pueden ser analizados estadísticamente mientras que los datos cualitativos se analizan por medio de observaciones y discusiones. En resumen, este tipo de investigación nos permite fortalecer y dar mayor sentido a los datos numéricos y estadísticos con la ayuda de narraciones y comportamiento de la población que se va a estudiar (Arias, 2020).

Surge como consecuencia de la necesidad de afrontar la complejidad de los problemas de investigación planteados en todas las ciencias y de enfocarlos de una manera holística. Aquí el investigador utiliza técnicas de los enfoques cuantitativos y cualitativos. Para Hernández, Fernández y Batista (2010), la investigación mixta no tiene como meta reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (Otero, 2018).

El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados. Jick (1979), introdujo los términos básicos de los diseños mixtos al recurrir a técnicas e instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de los mismos. El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde

la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos (Otero, 2018).

El enfoque mixto se presenta como mejor opción debido a la problemática de esta investigación, puesto que se relacionan los desafíos que enfrentan las pymes en el ámbito social y económico debido al incremento del IVA, es necesario un enfoque amplio durante el desarrollo de la presente investigación. De esta manera con un enfoque mixto se logrará una investigación más completa al poder detallar con datos cuantitativos y cualitativos el impacto del incremento del 12% al 15% del impuesto al valor agregado (IVA) sobre la economía de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de la ciudad de guayaquil.

3.1.2 Método Descriptivo, Observacional y No Experimental

Un estudio se considera observacional cuando el factor de estudio no es asignado por los mismos investigadores a la población de estudio, sino que estos se limitan a observar, medir y analizar un fenómeno sin una intervención directa en la investigación. Además, este estudio es de tipo descriptivo porque su finalidad se basa en describir, explicar y detallar los efectos de una variable en un tiempo previamente fijado.

Sabino (1992), define a la investigación descriptiva en su obra El proceso de investigación como el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

A diferencia del método exploratorio, el método descriptivo es concluyente. Esto significa que recopila datos cuantificables que se pueden analizar con fines estadísticos en una población objetivo. Este tipo de estudio tiene, por tanto, la forma

de preguntas cerradas, lo que limita las posibilidades de obtener información exclusiva. Sin embargo, si se utiliza correctamente, puede permitir que una organización defina y mida con mayor precisión la importancia de un elemento en relación con un grupo de participantes y la población que representa (Espada, 2021).

Uno de los ejemplos más claros que existen lo encontramos en las encuestas online, donde es con diferencia el método más utilizado. Las organizaciones suelen utilizarlo para identificar y medir el impacto de una opinión, actitud o comportamiento dentro de un grupo objetivo sobre un tema determinado. También se utiliza a menudo para recopilar características sociodemográficas (edad, ingresos, estado civil, sexo, etc.) de un grupo en particular. Esta información puede luego estudiarse tal cual, midiendo su evolución en el tiempo, o ser objeto de análisis más profundos (correlación, segmentación, comparación con un punto de referencia y otras técnicas estadísticas) (Espada, 2021).

El método observacional es aquella estrategia que sigue el método científico con el objetivo de poder observar y estudiar las conductas de las personas de una manera no reactiva, es decir, en un contexto natural donde los sujetos evaluados se comporten de manera espontánea y en donde el evaluado no intervenga ni modifique ningún aspecto contextual. Debido a que el método observacional se encuentra dentro de las distintas modalidades del método científico, también debe cumplir una serie de requisitos para ajustarse a un procedimiento formal que se haya desarrollado de manera secuenciada, paso por paso y en orden, para que sea aplicado de una forma estructurada (Arrimada, 2021).

Esta modalidad del método científico utiliza la técnica de la observación utilizando unos instrumentos y recursos concretos, que han sido diseñados específicamente para este tipo de métodos para obtener una serie de datos relacionados con variables de los sujetos que se están analizando que sean de interés para el observador de una forma no reactiva (por ejemplo, cuestionarios, una cámara Gesell con un cristal unidireccional, un bloc de notas, una cámara de vídeo,

entre otros) (Arrimada, 2021).

Como su nombre lo indica, una investigación no experimental es un tipo de pesquisa que no extrae sus conclusiones definitivas o sus datos de trabajo a través de una serie de acciones y reacciones reproducibles en un ambiente controlado para obtener resultados interpretables, es decir: a través de experimentos. No por ello, claro está, deja de ser una investigación seria, documentada y rigurosa en sus métodos. Dicho en otras palabras, este tipo de investigaciones no manipula deliberadamente las variables que busca interpretar, sino que se contenta con observar los fenómenos de su interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado. Quienes llevan a cabo investigaciones no experimentales cumplen más que nada un papel de observadores (Enciclopedia Concepto, 2023).

3.1.3 Descripción del método a utilizarse

Los métodos de estudio observacional de tipo descriptivo se emplean para describir un fenómeno en una población determinada. El investigador al aplicar este método no necesita intervenir debido a que se limita a medir el efecto de un fenómeno determinado y posteriormente describirlo como se presenta en la población de estudio (Veiga et al, 2008).

La medición del efecto se realiza en un momento de corte de tiempo, es decir en un tiempo determinado, como en el caso del estudio de la presencia de cierto factor ambiental, evaluación de riesgos, determinada enfermedad o mortalidad en una población, etc., pero siempre nos referimos a un momento exacto de tiempo y lo más importante es que nos limitamos a describir dichos fenómenos sin la intención de formar una relación de causa-efecto en un periodo largo de tiempo (Veiga et al, 2008).

3.1.4 Justificación del método a utilizarse

Habitualmente, se considera al estudio descriptivo como un adecuado método de recolección de datos; porque indica las relaciones y refiere tal cual es al objeto analizado. Algo importante a resaltar de este método es que se lo puede realizar como una investigación previa, cuyos resultados nos dicen que cosas se pueden maniobrar en el mismo. La finalidad de este método radica en relatar las directrices encontradas en la información estudiada y revisar los escenarios que conlleven a otros hechos.

Debido a la naturaleza de la problemática planteada el estudio que más se ajusta a esta investigación es el estudio observacional de tipo descriptivo donde el observador mide la presencia, características y/o distribución de un fenómeno particular en la población de estudio, de esta forma nos proporciona los datos necesarios para respaldar las hipótesis que se ha planteado. Además, a diferencia de un método observacional de tipo analítico, la medición del efecto deseado no se realiza en un periodo extenso de tiempo, por lo que para el método observacional descriptivo no se requiere un diseño especial o sofisticado.

3.2 Técnicas de recolección de datos

Cuando se realiza un trabajo de investigación, es necesario considerar los métodos, las técnicas e instrumentos como aquellos elementos que aseguran el hecho empírico de la investigación, donde método representa el camino a seguir en la investigación, las técnicas constituyen el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método, mientras que el instrumento incorpora el recurso o medio que ayuda a realizar la investigación, además el uso de técnicas de recolección de información es una etapa donde se inspecciona y se transforman los datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones y apoyo a la toma de decisiones (Hernández & Duana, 2020).

En las investigaciones, las técnicas e instrumentos proporcionan una mayor

profundidad de búsqueda, algunas de estas técnicas son la observación participante o no participante que permiten observar un proceso que requiere atención voluntaria orientada y organizada; la entrevista a profundidad con la interacción entre dos personas, una que transmite una idea y otra que recepta- responde lo planteado; el grupo focal que se centra en la pluralidad y variedad de los participantes en un espacio y tiempo corto; y la revisión documental que constituye un punto de partida que incluso puede ser el origen del tema o problema a investigar (Cisneros-Caicedo et al., 2022).

Sin embargo, entre todas estas técnicas se destacan tres, la técnica Delphi y la del Grupo Nominal y la Encuesta debido a que estas emplean un cuestionario como instrumento de recolección de datos, y como se mencionó antes son de las más empleadas en el entorno virtual. A continuación, la descripción de la técnica de la encuesta.

Técnica de la Encuesta: Es la técnica de recogida de datos más empleada para las investigaciones científicas. Ésta se ejecuta mediante un entrevistador el cual debe estar capacitado, debe existir un cuestionario debidamente estructurado el cual de forma previa tiene que ser puesto a prueba para aplicarse a la población y un entrevistado que forme parte de la muestra poblacional seleccionada que debe ser representativa para que los resultados obtenidos puedan ser aplicados a toda la población. Existen diferentes formas de aplicar una encuesta, está la tradicional o presencial, la Offline y Online.

La encuesta presencial es la forma directa de recolectar datos mediante un cuestionario de papel (Físico), siendo necesario que el entrevistador esté cara a cara con el entrevistado; por otro lado, la encuesta Offline requiere del empleo de un sistema computarizado (Digital), además es necesario enviar al entrevistado una explicación detallada, ágil y sencilla del objetivo que se persigue con dicha encuesta, y éste responderá en un tiempo posterior según la disponibilidad de internet; y finalmente está la encuesta Online que no requiere la presencia física del entrevistado pero cuyos datos son procesados de manera casi inmediata, ya que la

encuesta se la realiza por medio de correo electrónico, vía telefónica u otra vía digital mediadora (Cisneros-Caicedo et al., 2022).

La recolección de datos se llevó a cabo recopilando información bibliográfica referente a las pymes, es decir investigaciones previas relacionadas, normativas y leyes económicas aprobadas que constan en los boletines de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia y de la página oficial del Servicio de Rentas Internas. Además, las investigaciones se obtuvieron de bibliografía en formato digital, esto abarcó libros, revistas, ponencias, informes de investigaciones previas, boletines, entre otras fuentes de información. De igual manera, se realizó una encuesta con investigación de campo cuya finalidad fue obtener los comentarios de los proveedores y consumidores acerca del impacto del incremento del impuesto al valor agregado.

3.3 Técnicas de análisis de datos

Una vez definido el problema a investigar, realizada la revisión bibliográfica y de antecedentes de investigación, construido el marco teórico sobre el tema, formuladas las hipótesis, determinadas las dimensiones e indicadores de las variables, es preciso tomar una serie de decisiones metodológicas antes de realizar el relevamiento de los datos. Las principales decisiones son: el tipo de diseño, el tipo de procedimiento de investigación, determinar las unidades de análisis, si se va a realizar un censo o una muestra o un estudio de caso, y definir cuáles serán las estrategias para el análisis de datos. El dato obtenido es el resultado de una interacción entre el investigador, con sus supuestos básicos subyacentes, su enfoque del problema, los objetivos del estudio y su adhesión a algún paradigma teórico y/o metodológico (Universidad de Palermo, 2021).

La mayoría de los autores asumen que el investigador desempeña un papel activo respecto de los datos: el dato es el resultado de un proceso de elaboración, es decir, el dato hay que construirlo. A la hora de tomar la decisión metodológica de qué tipo de análisis seguir para trabajar nuestros datos, podemos optar por

diferentes opciones, no existe una forma ideal de realizar el análisis. Obviamente, como tantas otras decisiones metodológicas, el elegir uno u otro no es algo que se haga al azar, sino que se debe hacer de forma justificada y rigurosa, atendiendo a la orientación teórico metodológica o al método que siga nuestra investigación y a la naturaleza de nuestros datos (Universidad de Palermo, 2021).

El análisis de toda la información recopilada por medio de fuentes bibliográficas digitales se realizó primero contextualizando la situación actual de las pequeñas y medianas empresas (pymes), de esta forma poder explicar los problemas sociales y económicos a los que se enfrentan dichas empresas en nuestro país. Luego, se analizó las dificultades encontradas en el Gobierno actual, así como también las leyes económicas urgentes que se han aprobado hasta la actualidad. Finalmente, con toda esta información se pudo realizar un análisis profundo con un enfoque mixto sobre el impacto que tendrá el incremento del impuesto al valor agregado (IVA) sobre la economía de las pymes en la ciudad de Guayaquil.

3.4 La Encuesta: “El Impacto del aumento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comportamiento de los consumidores y comerciantes”.

Como parte del trabajo investigativo sobre el impacto del aumento del Impuesto al Valor Agregado (IVA), se preparó un cuestionario de preguntas para realizar una encuesta dirigida a consumidores y comerciantes (que por su tamaño son clasificados como pymes); cuyo objetivo es conocer la opinión de la ciudadanía respecto a las reformas tributarias que entraron en vigencia en abril de 2024.

El entorno de la encuesta fue la ciudad de Guayaquil, segmentados en 3 sectores: norte, centro y sur. Se opta por la utilización de un muestreo no probabilístico en vista que no se puede llegar a todas las pymes de la ciudad. Los consumidores son las personas naturales residentes en la ciudad (hogares de diferentes niveles socioeconómicos) y los comerciantes son los propietarios de pequeños y medianos negocios. Esta encuesta fue dividida en dos partes: dirigida a

los consumidores y a los comerciantes.

3.4.1 La encuesta a los consumidores

Para la presente encuesta dirigida hacia los consumidores en general, se escogió una muestra de 384 personas la cual se calculó en base a la siguiente fórmula estadística que se emplea para determinar tamaño de muestra adecuado para una encuesta.

$$n_i = \frac{N * Z^2 * p(1 - p)}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * (1 - p)}$$

Donde:

- **n** es el tamaño de muestra.
- **Z** es el valor Z correspondiente al nivel de confianza (1.96 para 95%, 1.645 para 90%, 2.576 para 99%).
- **p** es la proporción esperada de la población (usualmente 0.5 si no se conoce).
- **E** es el margen de error deseado (por ejemplo, 0.05 para un 5%).
- **N** es el tamaño de la población.

3.4.1.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados

Análisis de las Encuestas

Efectuada la recolección de datos mediante las encuestas, los mismos fueron organizados, tabulados y analizados. Los resultados conseguidos se exponen de esta manera:

Pregunta # 1 “Consumidor” ¿Ha notado un aumento en los precios de los productos y servicios que consume habitualmente desde el aumento del IVA? (Sí/No)

La primera pregunta sirve para conocer si el consumidor ha percibido un cambio de precios. La respuesta fue que, de las personas encuestadas:

- el 85% ha notado un aumento en los precios normales
- el 15% no cree que los precios han subido

Tabla 4

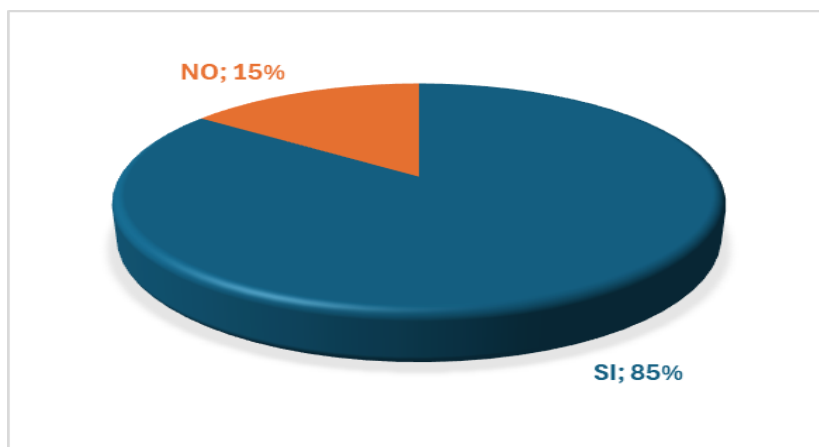
Pregunta 1 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
SI	85%
NO	15%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 1

Pregunta 1 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 2 “Consumidor” ¿Ha cambiado su patrón de consumo debido al aumento de los precios? (Sí/No)

Esta pregunta permite saber el cambio en los hábitos de consumo del consumidor. Se obtuvo como resultado que:

- el 78% de los consumidores han optado por nuevos hábitos de consumo
- el 22% mantiene un patrón normal de consumo

Tabla 5

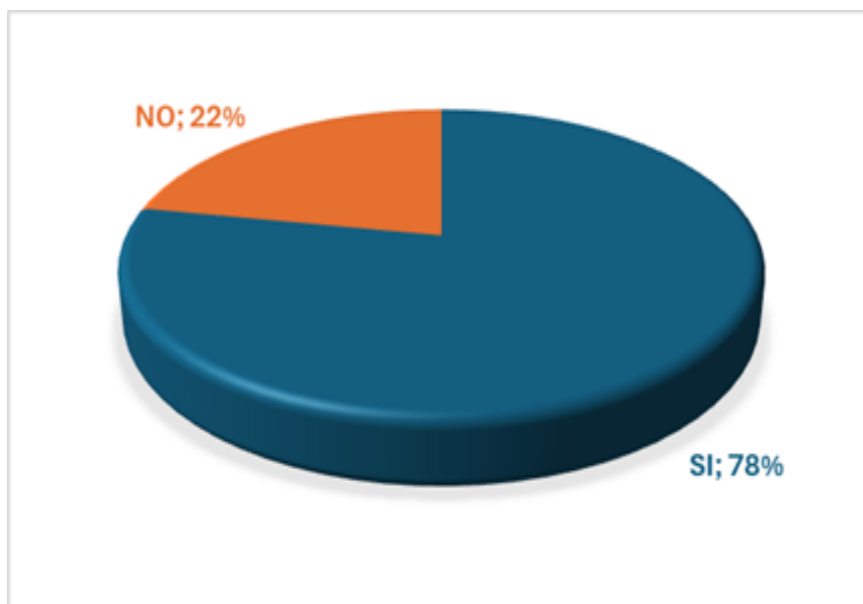
Pregunta 2 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
SI	78%
NO	22%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 2

Pregunta 2 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 2.1 ¿Qué cambios ha realizado?

Mediante esta pregunta se permite conocer cuáles han sido esos cambios en sus hábitos de consumo, como una adición a la pregunta anterior. Los resultados fueron:

- El 45% de consumidores escoge por comprar marcas de menor precio.
- Un 30% ha decidido dejar de comprar la misma cantidad que antes.
- El 15% tuvo que reducir gastos en entretenimiento.
- Otros cambios (reducir salidas, ahorrar más): 10%

Tabla 6

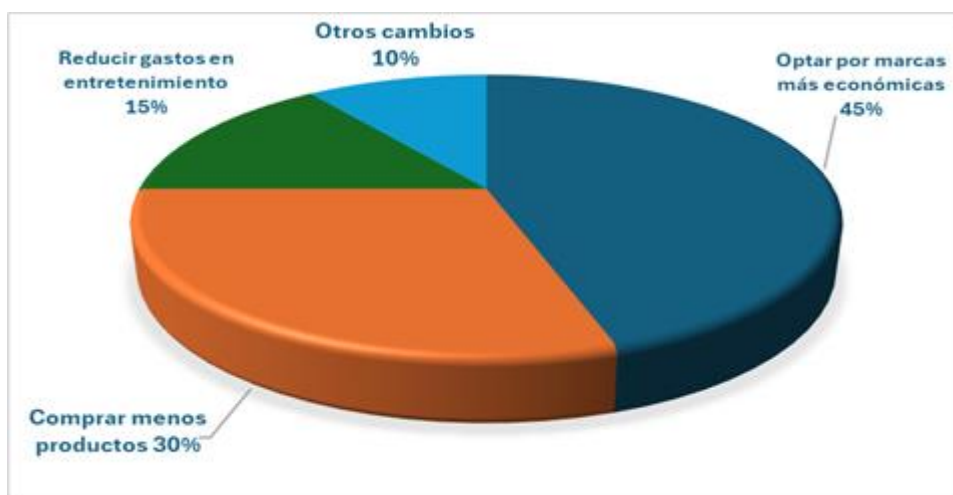
Pregunta 2.1 Consumidor

Cambios realizados	Porcentaje
Optar por marcas más económicas	45%
Comprar menos productos	30%
Reducir gastos en entretenimiento	15%
Otros cambios	10%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 3

Pregunta 3 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 3 “Consumidor” ¿En qué medida ha afectado el aumento del IVA a su presupuesto mensual?

Es importante conocer el impacto en el presupuesto familiar de los consumidores este incremento del IVA, ya que es de comentario general que a todos ha afectado. El resultado fue:

- Muy afectados: 40%
- Algo afectados: 35%
- Poco afectados: 20%
- No se sienten afectados: 5%

Tabla 7

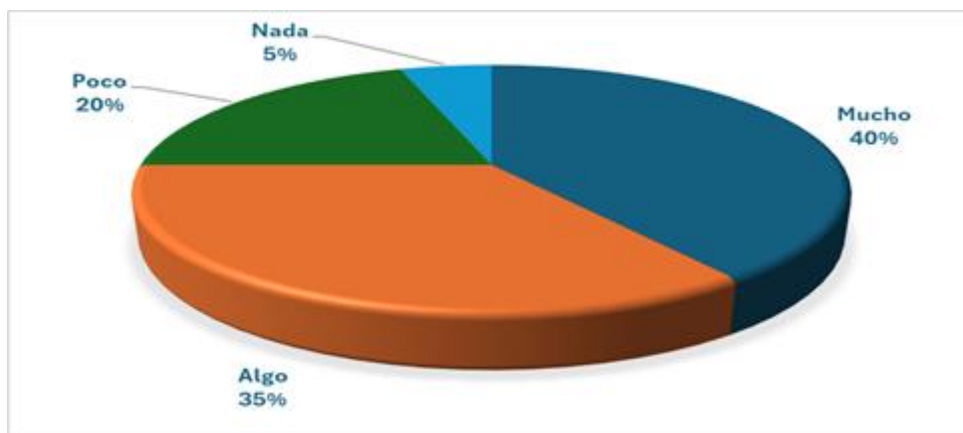
Pregunta 3 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
Mucho	40%
Algo	35%
Poco	20%
Nada	5%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 4

Pregunta 3 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 4 “Consumidor” ¿Cree que el aumento del IVA es justo y necesario para la economía del país? (Sí/No)

El objetivo de esta pregunta es conocer que percepción tienen los consumidores sobre el IVA. A continuación, éstas fueron las respuestas; a pesar que el Gobierno Nacional explicó el motivo de esta reforma tributaria:

- Es justo y necesario el aumento del IVA: 20%
- No es justo ni necesario el aumento del IVA: 80%

Tabla 8

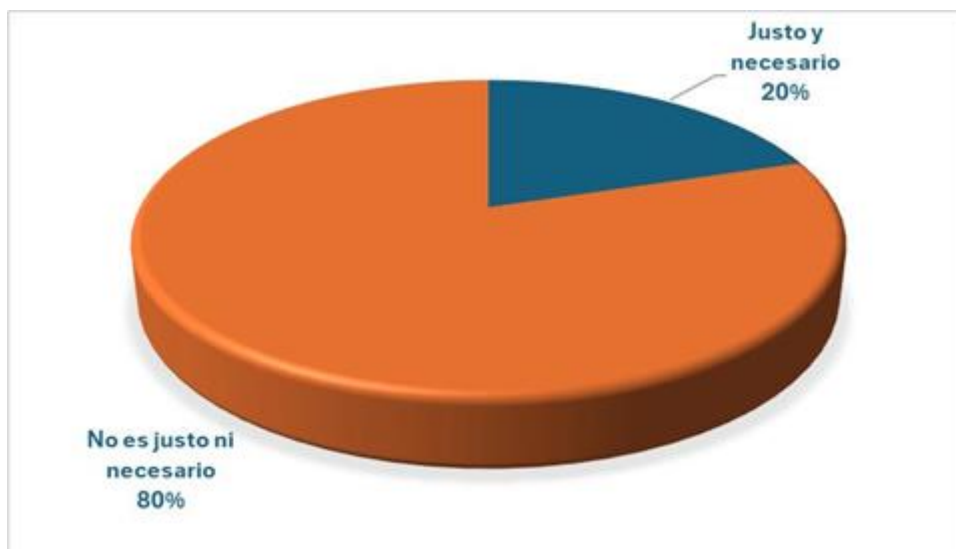
Pregunta 4 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
Justo y necesario	20%
No es justo ni necesario	80%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 5

Pregunta 4 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 5 “Consumidor” ¿Considera que el aumento del IVA ha tenido un impacto negativo en su calidad de vida? (Sí/No)

Esta pregunta permite saber el estado de la calidad de vida de la población (los ingresos de las personas ya no alcanzan para cubrir sus gastos mensuales) luego del ajuste económico puesto en vigencia en abril de 2024. Estos fueron los resultados:

- Sí: 75%
- No: 25%

Tabla 9

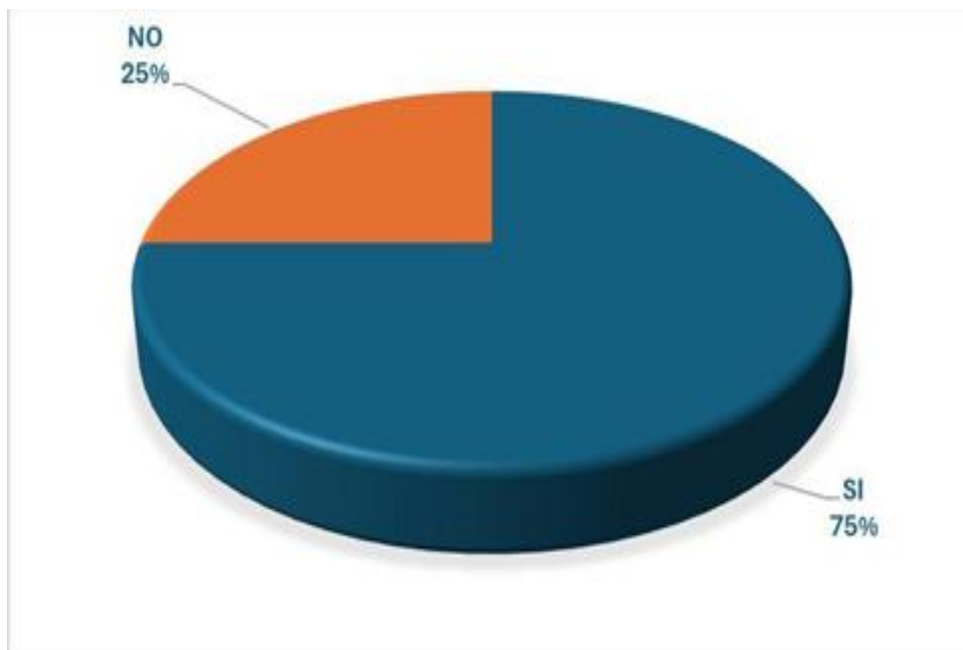
Pregunta 5 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
SI	75%
NO	25%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 6

Pregunta 5 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

3.4.2 La encuesta a los comerciantes (empresas pymes)

De igual forma se realizó la encuesta dirigida hacia los comerciantes (propietarios de pequeños y medianos negocios) utilizando la misma fórmula estadística, se escogió una muestra de 382 empresas, donde nuestro tamaño es igual a 115.400 que es aproximadamente la cantidad de Pymes presentes en el Cantón de Guayaquil (Macas et al., 2023).

Para determinar el tamaño de muestra adecuado para una encuesta:

$$n_i = \frac{N * Z^2 * p(1 - p)}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * (1 - p)}$$

Donde:

- ***n*** es el tamaño de muestra.
- ***Z*** es el valor Z correspondiente al nivel de confianza (1.96 para 95%, 1.645 para 90%, 2.576 para 99%).
- ***p*** es la proporción esperada de la población (usualmente 0.5 si no se conoce).
- ***E*** es el margen de error deseado (por ejemplo, 0.05 para un 5%).
- ***N*** es el tamaño de la población.

3.4.2.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados

Análisis de las Encuestas

Pregunta # 6 “Comerciante” ¿Cómo ha afectado el aumento del IVA a los costos operativos de su negocio? (Aumento significativo, aumento moderado, sin cambio)

Se preguntó a las pymes de la ciudad de Guayaquil cuál fue la afectación en sus costos operativos del negocio respecto al incremento del 3% al porcentaje de IVA. Estos fueron los resultados:

- Aumento significativo: 60%
- Aumento moderado: 30%
- Sin cambio: 10%

Tabla 10

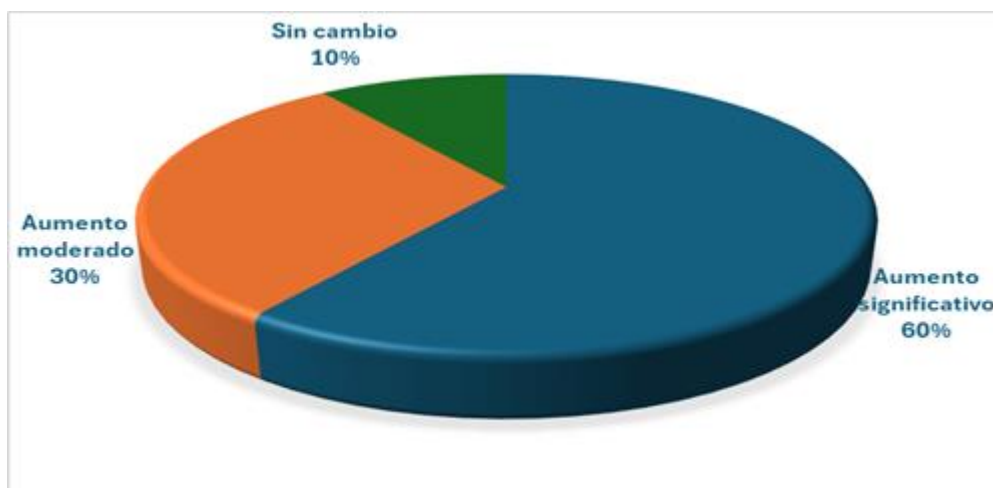
Pregunta 6 Consumidor

Costos operativos	Porcentaje
Aumento significativo	60%
Aumento moderado	30%
Sin cambio	10%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 7

Pregunta 6 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 7 “Comerciante” ¿Ha aumentado los precios de sus productos/servicios debido al aumento del IVA? (Sí/No)

Esta pregunta permite conocer si hubo o no cambios de precios en los productos y servicios que ofrecen los comerciantes (pymes). La respuesta tiene un importante significado ya que estas variaciones hacen que se afecte el costo de la canasta básica. Se obtuvo como resultado lo siguiente:

- Sí: 85%
- No: 15%

Tabla 11

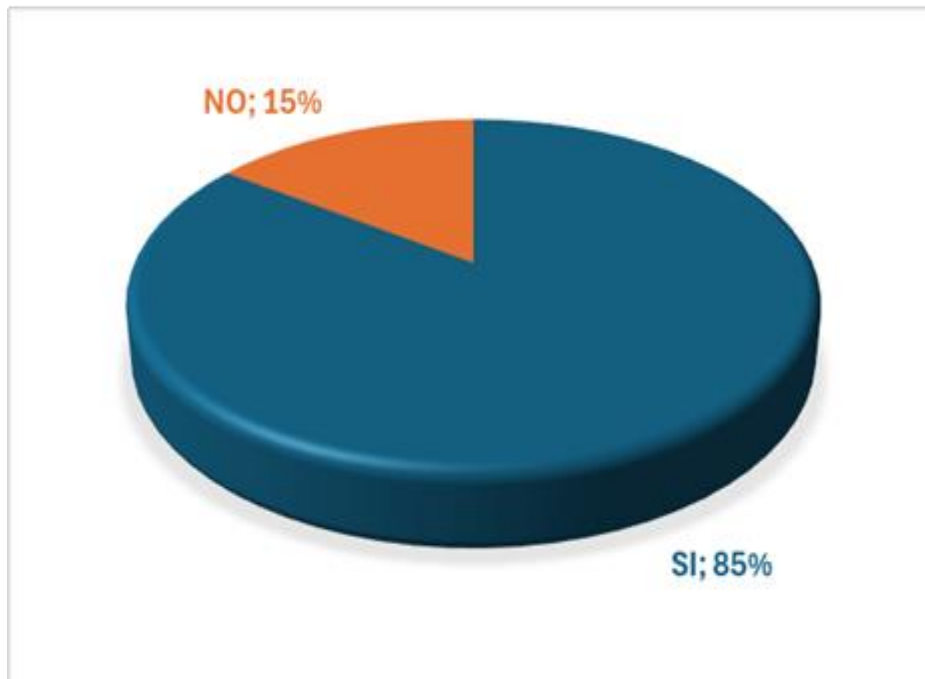
Pregunta 7 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
SI	85%
NO	15%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 8

Pregunta 7 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 7.1 “Comerciante” ¿En qué porcentaje aproximadamente ha aumentado los precios?

Como una adición a la pregunta anterior, era necesario conocer en que porcentajes se incrementaron los precios (por muy bajo que sea el valor). Las respuestas fueron:

- Menos del 5%: 20%
- Entre el 5% y el 10%: 50%
- Más del 10%: 30%

Tabla 12

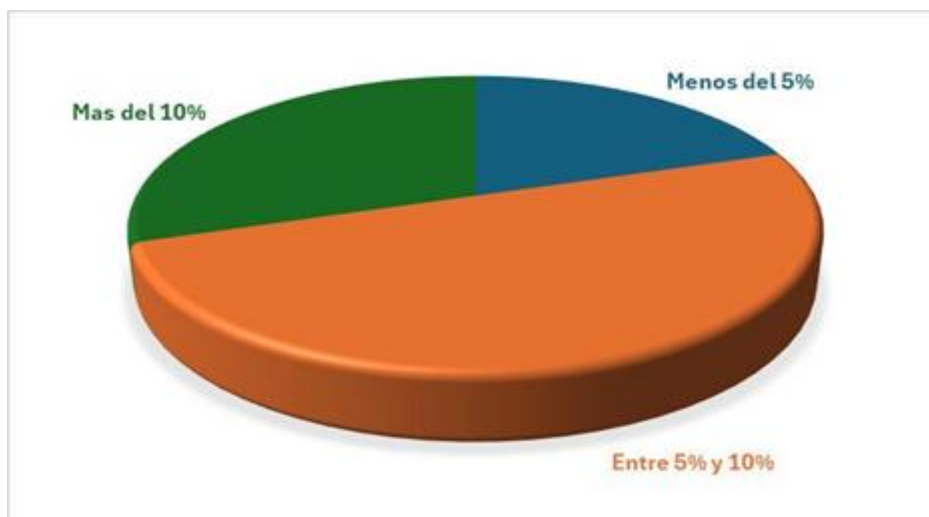
Pregunta 7.1 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
Menos del 5%	20%
Entre 5% y 10%	50%
Mas del 10%	30%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 9

Pregunta 7.1 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 8 “Comerciante” ¿Ha notado una disminución en las ventas desde el aumento del IVA? (Sí/No)

En el cuestionario de la encuesta se incluía una pregunta que permita conocer cuál había sido el comportamiento de las ventas durante el segundo trimestre del año donde ya estuvo vigente la nueva ley tributaria. El resultado fue:

- Sí: 70%
- No: 30%

Tabla 13

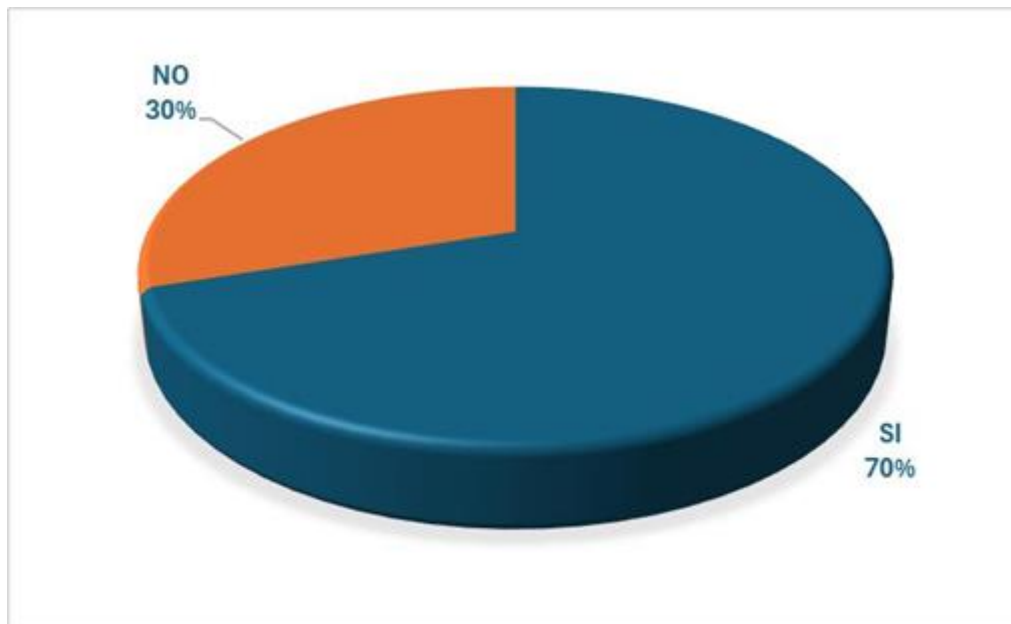
Pregunta 8 Consumidor

Respuesta	Porcentaje
SI	70%
NO	30%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 10

Pregunta 8 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 9 “Comerciante” ¿Qué medidas ha tomado para adaptarse al aumento del IVA?

Los comerciantes (pymes) son conscientes de la necesidad de implementar estrategias de adaptación para poder enfrentar este nuevo escenario económico. Esto respondieron a la pregunta:

- Reducir costos: 30%
- Aumentaron sus precios: 45%
- Buscaron proveedores más económicos: 20%
- Innovaron en productos/servicios: 5%

Tabla 14

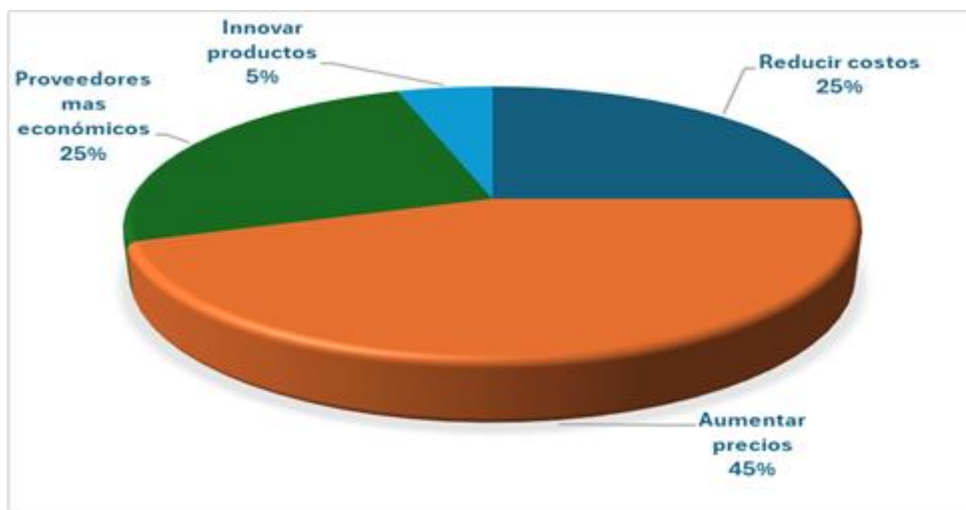
Pregunta 9 Consumidor

Medidas tomadas	Porcentaje
Reducir costos	25%
Aumentar precios	45%
Proveedores más económicos	25%
Innovar productos	5%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 11

Pregunta 9 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Pregunta # 10 “Comerciante” ¿Cómo espera que el aumento del IVA afecte su negocio a largo plazo?

Por medio de esta pregunta, se quiso conocer cuáles son las expectativas de las pymes respecto al entorno económico actual y su afectación para las proyecciones futuras. Los resultados fueron:

- Impacto negativo significativo: 50%
- Impacto negativo moderado: 35%
- Sin impacto: 10%
- Impacto positivo: 5%

Tabla 15

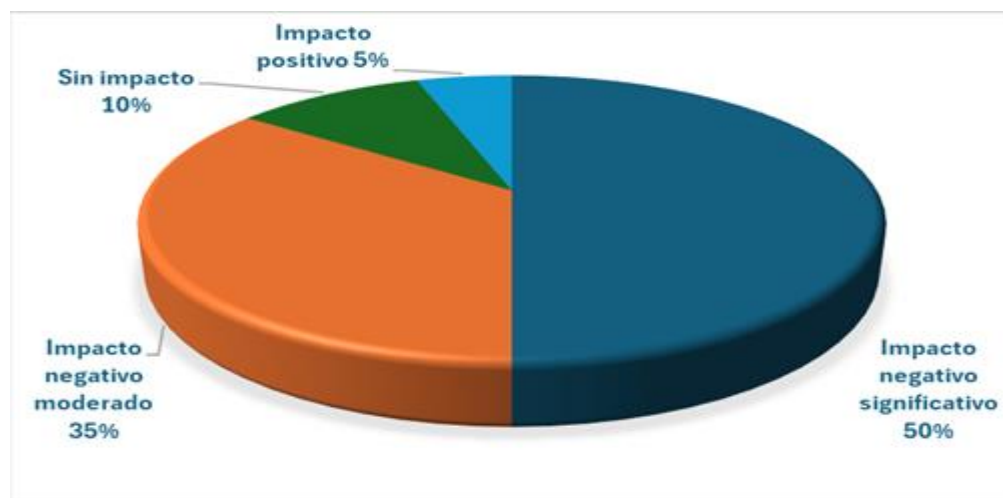
Pregunta 10 Consumidor

Expectativas	Porcentaje
Impacto negativo significativo	50%
Impacto negativo moderado	35%
Sin impacto	10%
Impacto positivo	5%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 12

Pregunta 10 Consumidor



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

3.4.3 Conclusión de las Encuestas

En conclusión, la encuesta realizada revela que el aumento del IVA ha tenido un impacto significativo tanto en consumidores como en comerciantes. Un 85% de los consumidores ha notado un aumento en los precios y el 78% ha cambiado sus hábitos de consumo, afectando considerablemente su presupuesto mensual y su calidad de vida. Por otro lado, el 90% de los comerciantes ha experimentado un aumento en los costos operativos, lo que ha llevado al 85% a incrementar los precios de sus productos/servicios y al 70% a notar una disminución en las ventas. La percepción general es negativa, con un 80% de los consumidores considerando injusto el aumento del IVA.

Por parte del Gobierno actual, los comentarios generales es que esta reforma tributaria fue necesaria para poder afrontar el problema social actual de la denominada "guerra al narcotráfico", la misma que requiere recursos económicos y fue la solución inmediata propuesta por el Gobierno y puesta en vigencia desde abril de 2024 ante la falta de recursos en la caja fiscal.

CAPITULO IV

EL INCREMENTO DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) DE ACUERDO A LAS ULTIMAS REFORMAS TRIBUTARIAS DE MARZO DE 2024: SU IMPACTO SOBRE LA ECONOMIA DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

4.1 Las Pymes y su desarrollo en la economía de la ciudad de Guayaquil

Las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas desempeñan un papel importante en la mayoría de las economías, especialmente en los países en desarrollo. En especial las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que representan la mayoría de las empresas en todo el mundo y contribuyen de manera importante a la creación de empleo y al desarrollo económico mundial. Representan alrededor del 90% de las empresas y más del 50% del empleo en todo el mundo. Las pymes formales aportan hasta el 40 % del ingreso nacional (PIB) en las economías emergentes (World Bank, 2020). Estos números son significativamente más altos cuando se incluyen las pymes informales.

Según estimaciones por parte del Banco Mundial, se necesitarán 600 millones de puestos de trabajo para 2030 para absorber la creciente fuerza laboral mundial, lo que hace que el desarrollo de las PYMES sea una alta prioridad para muchos gobiernos de todo el mundo (Sed'a et al., 2021; Souto- Anido et al., 2020). En los mercados emergentes, la mayoría de los puestos de trabajo formales son generados por las PYMES, que crean 7 de cada 10 puestos de trabajo (Vergara-Romero, 2019, 2021a). Sin embargo, el acceso a la financiación es una limitación clave para el crecimiento de las pymes, es el segundo obstáculo más citado al que se enfrentan las pymes para hacer crecer sus negocios en los mercados emergentes y los países en desarrollo (Libros Ecotec, 2022).

El sector comercial de Guayaquil sortea las extorsiones y la violencia. A pesar de ese escenario adverso de la inseguridad, la actividad creció un 13,3% en nueve meses de 2022, en comparación a 2021. Según el Servicio de Rentas Internas

(SRI), las ventas locales de Guayaquil alcanzan los USD 36,4 millones en lo que va del año. Mientras que en 2021 cerraron en USD 46 millones, más que el año prepandemia (2019), que sumaron USD 44,3 millones.

"A finales de 2021 ya habíamos llegado a los niveles prepandemia. Y, a pesar del paro (junio de 2022), se marca una tendencia positiva este año, la economía está en franca recuperación", dijo a PRIMICIAS, Miguel González, presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil. No obstante, aclaró, que llegar a los niveles de prepandemia no es la meta, ni lo ideal. El representante gremial cree que esa cifra no es un referente si se apunta a un crecimiento.

Para el empresario y analista económico Miguel Rossignoli, ese crecimiento está focalizado en empresas pymes (pequeñas y medianas empresas) para arriba, y no en las pymes para abajo. "Los grupos grandes de inversión tienen recursos que se fortalecieron durante la pandemia, dentro del segmento de comercio. Pero sectores como el de la línea blanca y tecnología no han visto ese repunte como se lo veía antes", explicó. Incluso habló de un 30% de emprendimientos que crece en el mercado de forma irregular. Es decir, no constan en el sistema jurídico, tributario ni del IESS del país (Primicias, 2022).

Como indica Macas et al., (2023), en la provincia del Guayas se encuentra aproximadamente el 19% de las empresas del país, representando casi una quinta parte del total de empresas, que en el año 2020 aportaron 51 mil millones de dólares a la economía interna. A esto debemos agregarle que en el cantón de Guayaquil se concentra el 71% de las empresas de la provincia, seguidos por los cantones Samborondón, Durán y Daule.

Tabla 16

Distribución de empresas por cantón en la provincia del Guayas

Cantones	Cantidad de Empresas	Porcentual
Guayaquil	115.395	71,07%
Balzar	1.553	0,96%
Daule	5.206	3,20%
Durán	8.477	5,22%
El Empalme	2.567	1,58%
El Triunfo	1.822	1,12%
Milagro	8.313	5,12%
Naranjal	2.264	1,39%
Naranjito	1.482	0,91%
Pedro Carbo	944	0,58%
Samborondón	5.042	3,11%
San Jacinto de Yaguachi	1.756	1,08%
Playas	1.370	0,84%
Otros cantones (12)	9.772	6,02%

Fuente: Macas et al., (2023)

4.2 Clasificación de las Pymes de acuerdo a su actividad económica en la ciudad de Guayaquil

Las pymes en la ciudad de Guayaquil se clasifican de acuerdo a su actividad económica en: comercial, servicios, agrícolas y otros.

4.2.1 Sector comercial

El Registro Estadístico de Empresas (REEM) en su boletín realizado para el año 2023, según la clasificación de las empresas por sectores económicos, las empresas relacionadas al sector comercial tuvieron ventas correspondientes a 36,3% del total de ventas entre todos los sectores económicos, es decir fue el sector que más volumen de ventas tuvo durante ese año y también en años anteriores (Imbaquingo, 2024).

Figura 13

Distribución de ventas según sectores económicos en el año 2023



Fuente: Empresas XYZ, (2023).

4.2.2 Sector de servicios

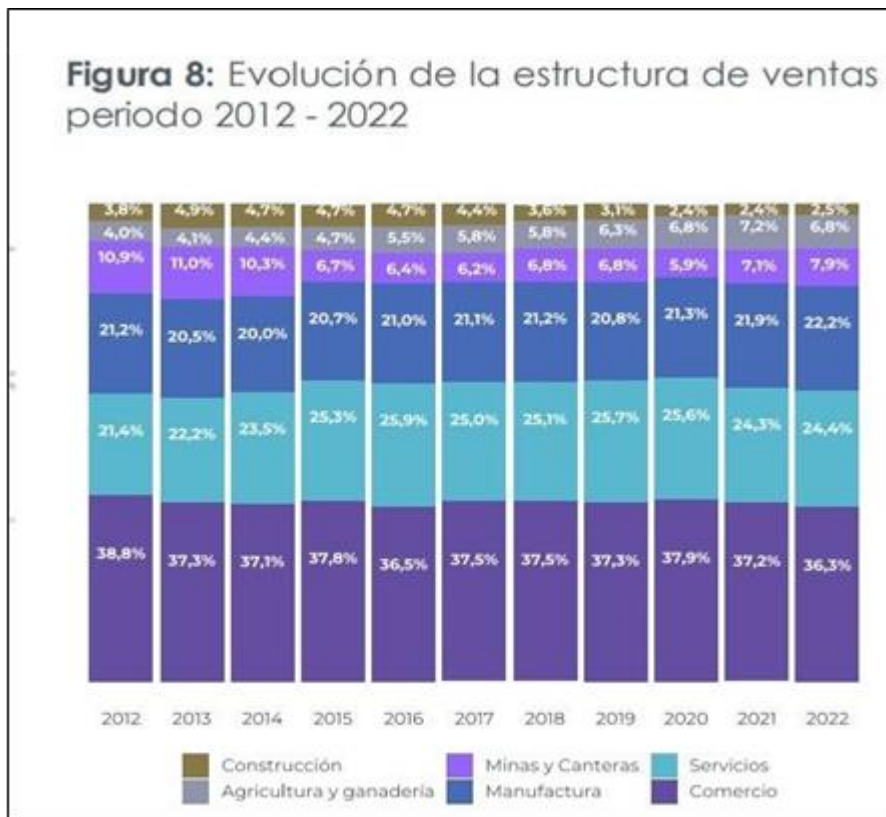
De igual forma, el Registro Estadístico de Empresas (REEM) en su boletín realizado para el año 2023, nos muestra que las empresas relacionadas al sector de servicios tuvieron ventas correspondientes a 24,4% del total de ventas entre todos los sectores económicos como podemos ver en la figura 2, ocupando el segundo lugar en ventas solo después del sector comercial (Imbaquingo, 2024).

4.2.3 Sector agrícola

Por otra parte, las empresas relacionadas al sector agrícola tuvieron muy pocas ventas comparadas con los demás sectores económicos, siendo sus ventas de un 6,8% del total de todos los sectores económicos. Pese a esto si analizamos la gráfica donde se muestra la evolución de ventas de las empresas a lo largo de un periodo de 10 años (2012-2022) que el sector agrícola ha tenido un incremento gradual y positivo en cada año (Imbaquingo, 2024).

Figura 14

Evolución de la estructura de ventas en el periodo 2012-2022



Fuente: Empresas XYZ, (2023).

4.3 Las ventas de las Pyme como fuente de ingresos de los emprendimientos en la ciudad de Guayaquil

Los emprendimientos constituyen el núcleo económico de la sociedad, en Ecuador estas perspectivas tienen cierta singularidad, según un reporte elaborado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el periodo de estudio, Ecuador se ubica en la posición 39 de 54 países participantes como los países que ofrecen las mejores condiciones para emprender, aunque esto no es sinónimo de poseer la más alta actividad emprendedora. Así mismo un informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2020 identificaron que la microempresa representa la mayor cantidad de establecimientos con el 95,4% en relación al 0,2% figurado por la gran empresa, en donde el mayor aporte al empleo lo hacen sin duda las Mipymes con el 35%, pero en cuanto a ingresos por ventas la gran empresa presenta el mayor porcentaje con el 75% pese a que en cantidad y generación de empleo presenta menores porcentajes a la micro, pequeña y mediana empresa (Chaves Macias, 2024).

La pandemia de COVID -19 provocó una crisis mundial en todos los ámbitos que competen a la sociedad, se generaron consecuencias, sobre todo a nivel sanitario, social y económico, dentro de éstos, el sector de emprendimientos fue afectado. Los efectos de esta pandemia implicaron una paralización en la actividad económica a nivel mundial, debido a la interrupción de las cadenas de suministros de productos, disminución en la producción de las principales economías, deterioro en los precios de las materias primas a causa de las medidas de confinamiento establecidas por los gobiernos de cada país (Chaves Macias, 2024).

Es a partir del período post pandemia, que las pymes empiezan a tomar más fuerza debido a los diversos motivos por los cuales muchas personas dejaron de tener un empleo fijo, y es por esto que muchos emprendedores se convierten en empresas; las mismas que dan empleos a otras personas y generan producción en bien del país.

4.4 La rentabilidad y su afectación en las operaciones de la Pyme

De las ratios obtenidas, para analizar la rentabilidad de las Pymes comerciales de la ciudad de Guayaquil, está excediéndose en gastos, perjudicando los márgenes de ganancia por las ventas realizadas, obteniendo un margen de rendimiento del patrimonio del 0.28% por cada USD 1,00 de aporte por parte de los accionistas, lo que representa un porcentaje mínimo lo cual influye claramente en la rentabilidad del negocio. De las ratios de solvencia, una vez analizados los periodos fiscales 2016 y 2017, se observa que la gestión financiera de las Pymes comerciales de la ciudad de Guayaquil, muestran menos del 1.00% en participación de acreedores, lo que significa que la empresa está dejando casi la mínima parte de su financiación a terceros (Asanza & Avendaño, 2023).

Entre los factores que influyen en la rentabilidad de las Pymes comerciales de la ciudad de Guayaquil, se puede mencionar la pérdida de oportunidades en el mercado turístico local, equivocación en el foco de potenciales clientes donde se centra el negocio, que al final no le resulta rentable. Se determinó la influencia de la gestión financiera en la rentabilidad en base a la información de los estados financieros correspondientes a los periodos 2021 al 2022 de las Pymes comerciales de la ciudad de Guayaquil, demostrando que el indicador de gestión financiera de liquidez es aceptable ya que por cada dólar invertido tenga un promedio de USD 3,80 para pagar sus deudas a corto plazo lo que produce rentabilidad a los socios, a pesar de haber atravesado el año de pandemia que imposibilitó generar contratos públicos (Asanza & Avendaño, 2023).

Mediante la aplicación de los indicadores financieros de rentabilidad en los periodos investigados, indican que tienen un decremento en la rentabilidad demostrados la ratio de rentabilidad del capital propio obteniendo una disminución de porcentajes ocasionados por los costos y gastos elevados de mantenimiento al no tener nuevos contratos públicos por el cambio de gobierno debido a la situación política del país (Asanza & Avendaño, 2023).

4.5 Comentarios de los diversos sectores económicos sobre la reforma tributaria implementada.

Según la proforma presentada en la Asamblea, los gastos proyectados para el año 2024 alcanzarán los \$35,536 millones, lo que representa un aumento de \$2,841 millones con respecto al presupuesto del año anterior. Este incremento equivale al 9%. Entre las partidas que han experimentado mayores aumentos se destaca el gasto en bienes de larga duración, que ha pasado de \$584 millones a \$3,340 millones. Por otro lado, el gasto en personal para el año 2024 ascenderá a \$9,823 millones, \$70 millones más que en 2023. Para hacer frente a estos gastos, el Gobierno ha optado por aumentar impuestos como el IVA y el ISD, además de establecer contribuciones temporales empresariales. Como resultado estima que la economía crecerá apenas un 0.8% en 2024 (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2024).

Los recursos de las reformas tributarias no están incluidos en la proforma presupuestaria. Sin embargo, es poco probable que se destinen hacia la mejora de la seguridad. La proforma contempla dos fuentes de financiamiento que difícilmente se concretarán: \$1,085 millones mediante la emisión de bonos internacionales y \$1,086 millones provenientes de bancos. La emisión de bonos internacionales no será factible debido a que el riesgo país supera los 1,252 puntos, haciendo inviable su emisión. Respecto a los recursos provenientes de los bancos, el Ministerio de Economía y Finanzas en la proforma indica que no están determinados. Es improbable que llegue esa fuente de financiamiento no determinada. Por consiguiente, los nuevos recursos provenientes de las recientes reformas aprobadas, que no están presupuestados, servirán para cubrir el presupuesto actual (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2024).

4.6 Casos Prácticos: Estudio, revisión y análisis de las operaciones comerciales de empresas pymes en la ciudad de Guayaquil entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.

Para revisar el comportamiento de las operaciones económicas de las pymes en la ciudad de Guayaquil, con las variaciones de los porcentajes de impuesto al valor agregado (incremento); se ha tomado las cifras de dos empresas comerciales pymes domiciliadas en la ciudad entre los ejercicios económicos 2023 y 2024 en los meses relacionados con las reformas tributarias implementadas. A continuación, se expone lo comentado.

4.6.1 Caso Práctico: Estudio, revisión y análisis de las operaciones comerciales de la Compañía ABC entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.

Identificación: La empresa ABC fue constituida hace 6 años como una idea creada por los hermanos Guerrero Sánchez. El domicilio legal de la compañía es la ciudad de Guayaquil y sus principales operaciones las realiza en la misma. La composición accionaria está compuesta por el aporte de los cuatro hermanos distribuidos en partes iguales. Durante los primeros años, sus accionistas buscaron posicionar la marca de la empresa; captando la atención del público en general.

Actividad Económica: La empresa tiene registradas las siguientes actividades económicas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):

- Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre las que predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos,
- Venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco,
- Actividades de venta de prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, artículos de joyería y bisutería, juguetes, artículos de deportes, etc.

- En la apertura de las operaciones comerciales (año 2018), los accionistas fijaron su meta en la creación de dos unidades de negocios:
- Bazar y Papelería "El Estudiante", cuya actividad económica es la venta de artículos de bazar, bisutería y suministros de oficina; y
- Restaurant "Las Delicias" cuya actividad económica es la venta de productos alimenticios.
- Se tiene en planes la creación de una tercera unidad de negocio relacionada con la venta de artículos de ferretería y expandir los dos anteriores.

Posicionamiento en el mercado: Es de conocimiento general que cuando nace una empresa, le cuesta un poco el posicionar su producto o marca en el mercado. Esto se debe a la competencia ya existente y en las que los consumidores se han acostumbrado a elegirlos como sus predilectos. Sin embargo, la empresa ABC con sus dos unidades de negocios creadas, lanzó una campaña un poco agresiva para tratar de captar a sus futuros clientes.

En la unidad de negocio de bazar se eligió por la venta de uniformes escolares y útiles de oficina (para escolares). Mientras que, en la unidad de negocio de productos alimenticios, se visualizó incursionar con la venta en bares de unidades educativas que estén dispuestas a concesionar dichos espacios.

Fueron los años 2018 y 2019 en donde se logra ubicar dentro del mercado con una participación mínima pero satisfactoria para sus propietarios. A pesar de ello, este buen inicio de operaciones se ve interrumpido por la aparición de la pandemia de COVID 19; virus que afectó a todos los negocios en general. Pero es en la actualidad, el incremento del porcentaje de IVA del 12% al 15% lo que está afectando a sus ingresos (a más de los problemas sociales que vive el país); ya que los clientes buscan diferentes opciones para adquirir los bienes que ofrece la empresa (opciones que afecten en menor proporción su economía).

Principales productos que se comercializan: Son muchos los productos que se comercializan por cada unidad de negocios, siendo éstos:

Unidad de negocio Bazar y Papelería

- Bolígrafos,
- Lápices,
- Marcadores,
- Crayones,
- Cuadernos,
- Folders (archivadores),
- Carpetas,
- Servicio de fotocopiado,
- Servicio de encuadernación,
- Entre otros bienes.

Unidad de negocios Venta de Productos Alimenticios

- Bebidas gaseosas,
- Agua en botellas y bidones,
- Lácteos,
- Helados,
- Entre otros bienes.

Revisión y análisis de las operaciones comerciales de la Compañía ABC entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.

Para revisar las operaciones comerciales de la compañía ABC durante los ejercicios económicos 2023 y 2024, se van a analizar ciertos rubros de los estados financieros; entre ellos, ventas, costo de ventas, rentabilidad, etc.

Ventas por unidad de negocios comparados por los períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina

Tabla 17

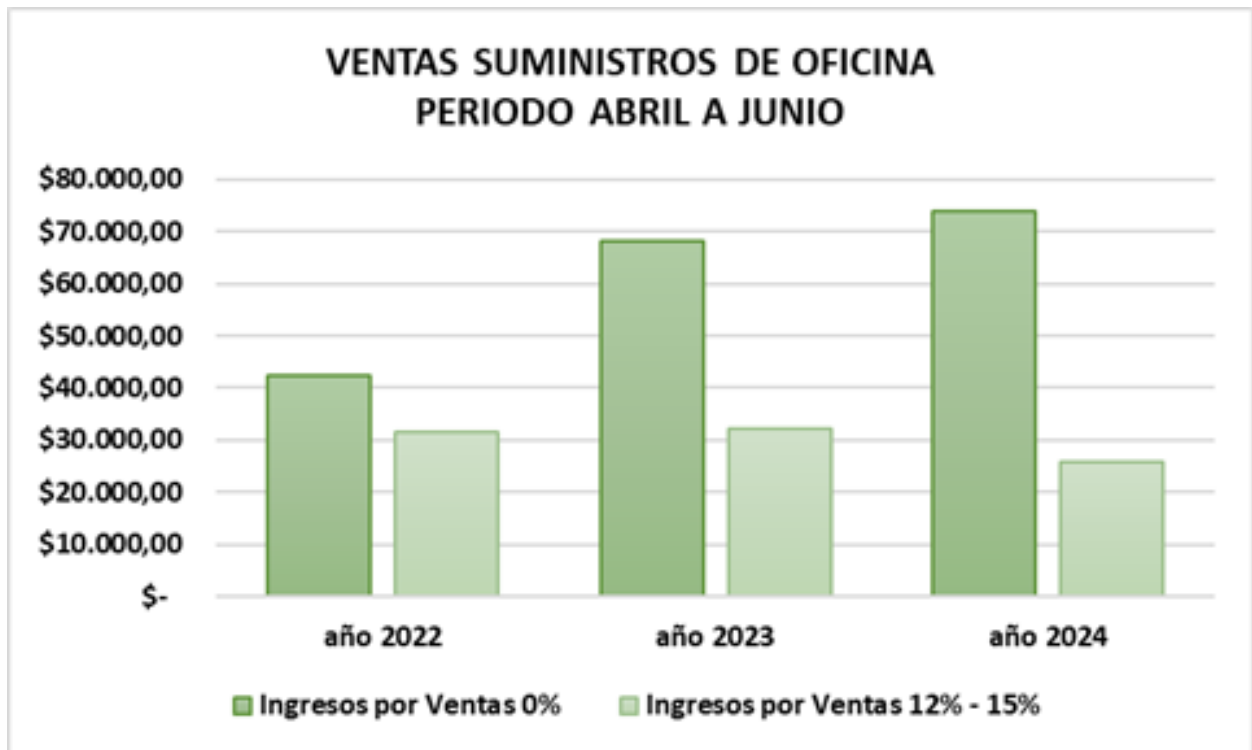
Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022-2023-2024

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Ingresos por Ventas 0%	\$ 42.220,51	\$ 68.271,95	\$ 73.850,01
Ingresos por Ventas 12% - 15%	\$ 31.543,29	\$ 32.092,15	\$ 25.664,00
	\$ 73.763,80	\$ 100.364,10	\$ 99.514,01

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 15

Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022-2023-2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas para el año 2024 tuvieron una considerable disminución (20%) en los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero (para el segundo trimestre se incrementó del 12% al 15%).

Unidad de Negocios: Venta de Productos Alimenticios

Tabla 18

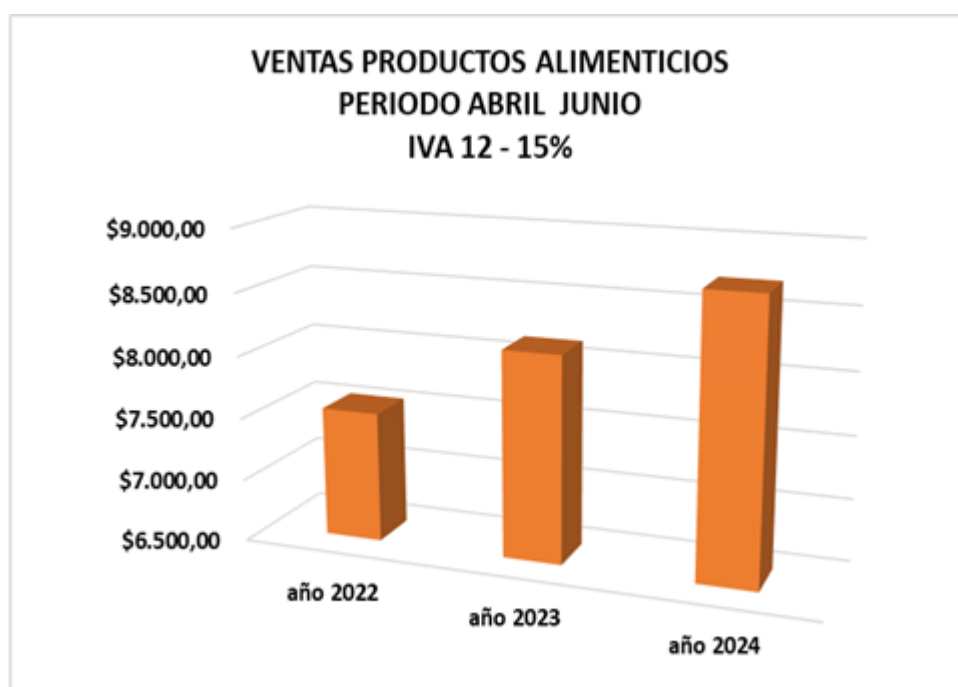
Venta Productos Alimenticios abril a junio 2022-2023-2024

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Ingresos por Ventas Iva 12% - 15%	\$ 7.541,63	\$ 8.144,96	\$ 8.715,11
	\$ 7.541,63	\$ 8.144,96	\$ 8.715,11

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 16

Venta Productos Alimenticios abril a junio 2022-2023-2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas para el año 2024 tuvieron un ligero incremento (7%) en los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero (para el segundo trimestre se incrementó del 12% al 15%)

Composición de las Ventas por unidad de negocios por los períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina

Tabla 19

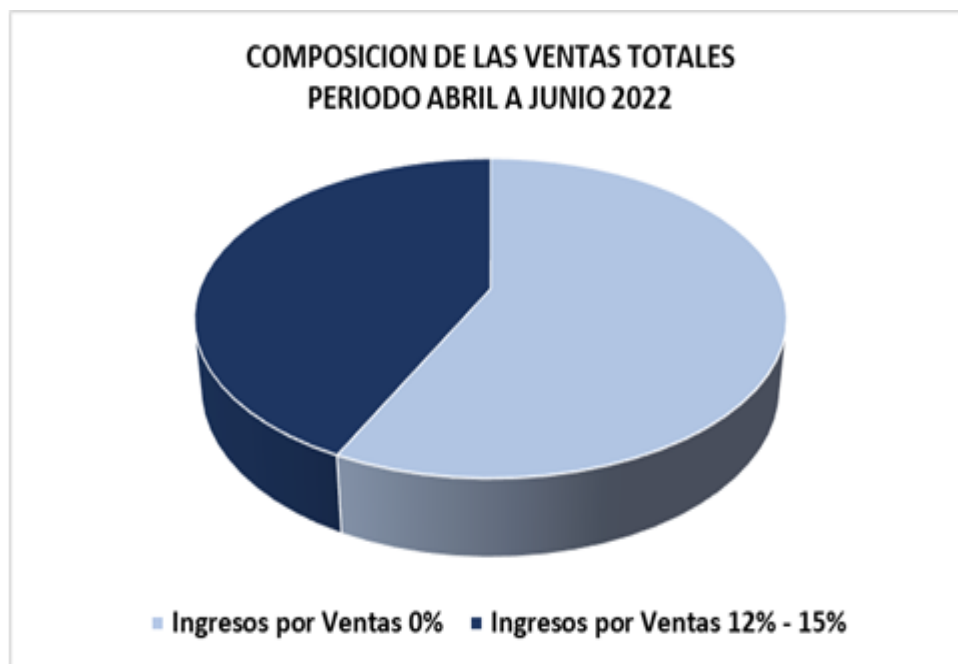
Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022

	abril a junio año 2022
Ingresos por Ventas 0%	\$ 42.220,51
Ingresos por Ventas 12% - 15%	\$ 31.543,29
	\$ 73.763,80

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 17

Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2022-2023-2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas de los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero representaron el 42,76% en el segundo trimestre del año 2022.

Tabla 20

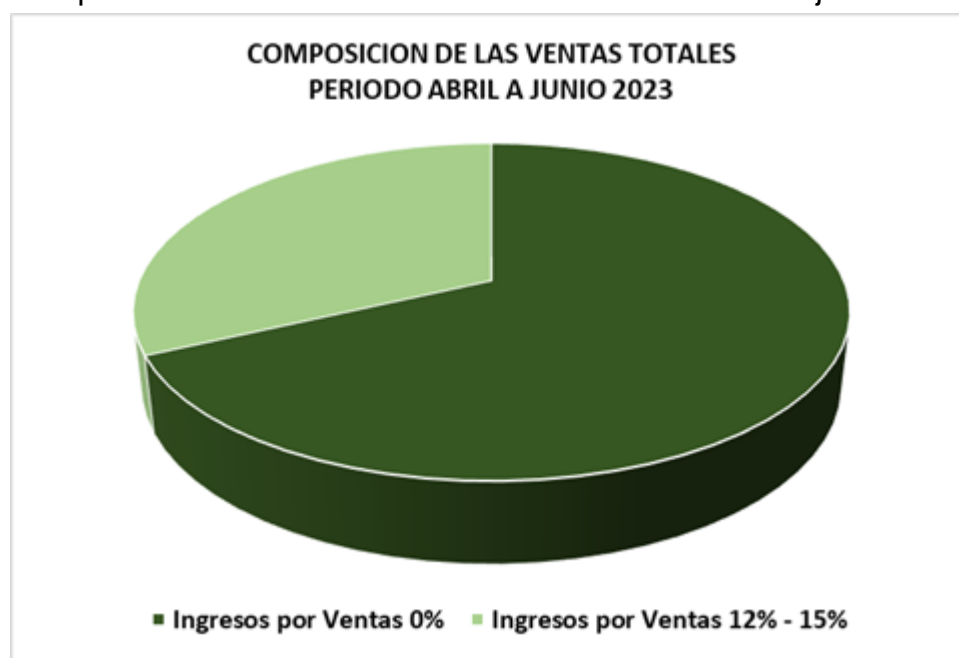
Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2023

	abril a junio año 2023
Ingresos por Ventas 0%	\$ 68.271,95
Ingresos por Ventas 12% - 15%	\$ 32.092,15
	\$ 100.364,10

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 18

Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2023



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas de los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero representaron el 31,98% en el segundo trimestre del año 2023.

Tabla 21

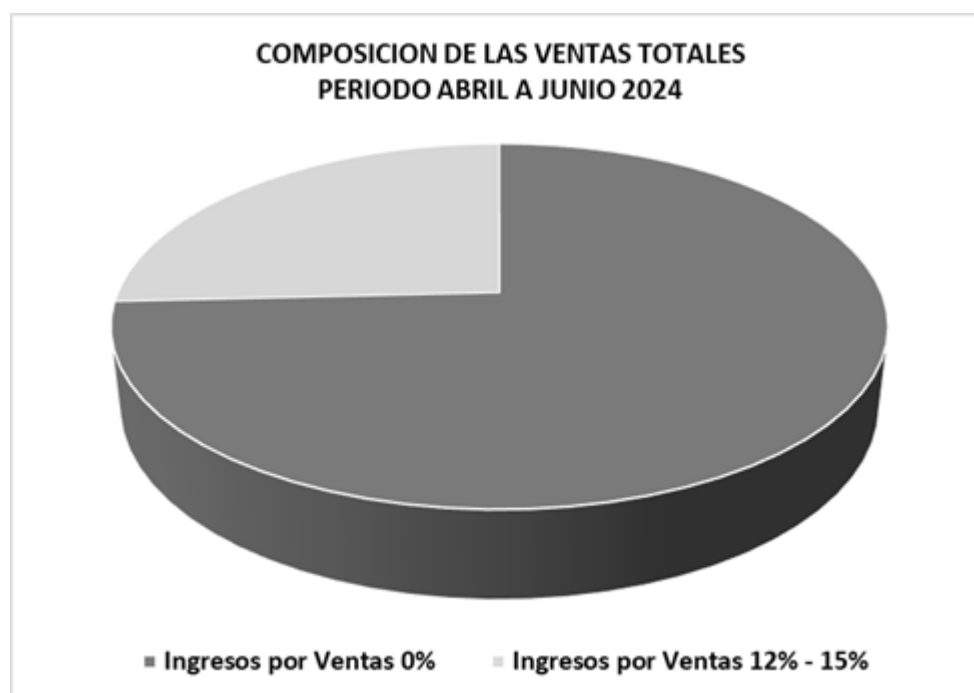
Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2024

	abril a junio año 2024
Ingresos por Ventas 0%	\$ 73.850,01
Ingresos por Ventas 12% - 15%	\$ 25.664,00
	\$ 99.514,01

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 19

Composición de las Venta Suministros de Oficina abril a junio 2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas de los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero representaron el 25,79% en el segundo trimestre del año 2024.

Una vez analizados la composición de las ventas totales en el segundo trimestre de los años 2022, 2023 y 2024, se resumen que sí hubo una afectación a los ingresos de la empresa por el incremento en 3% del IVA.

Ventas Consolidadas

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina Venta de Productos Alimenticios

Tabla 22

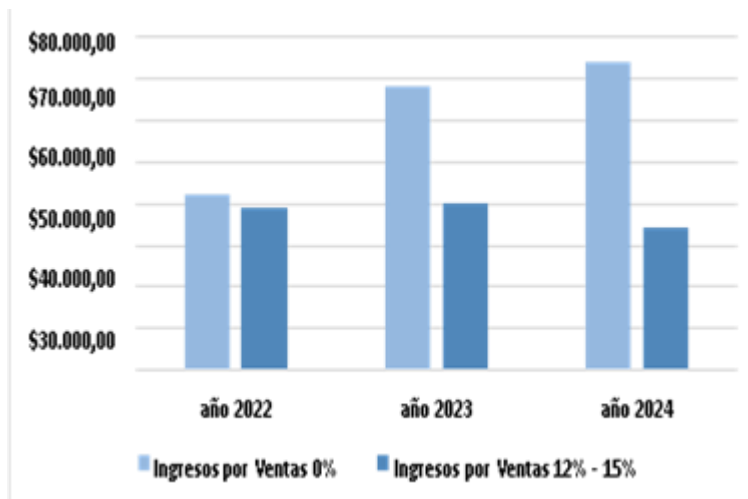
Ventas Consolidadas períodos abril a junio 2022-2023-2024

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Ingresos por Ventas Iva 0%	\$ 42.220,51	\$ 68.271,95	\$ 73.850,01
Ingresos por Ventas Iva 12% - 15%	\$ 39.084,92	\$ 40.237,11	\$ 34.379,11
	\$ 81.305,43	\$ 108.509,06	\$ 108.229,12

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 20

Ventas Consolidadas períodos abril a junio 2022-2023-2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas en el mismo período (abril y junio) para los años 2023 y 2024 fueron muy similares (disminuyeron en 0,26%), sin embargo, las ventas de los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero cayeron en 14,56%.

Costo de Venta por unidad de negocios comparados por los períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina

Tabla 23

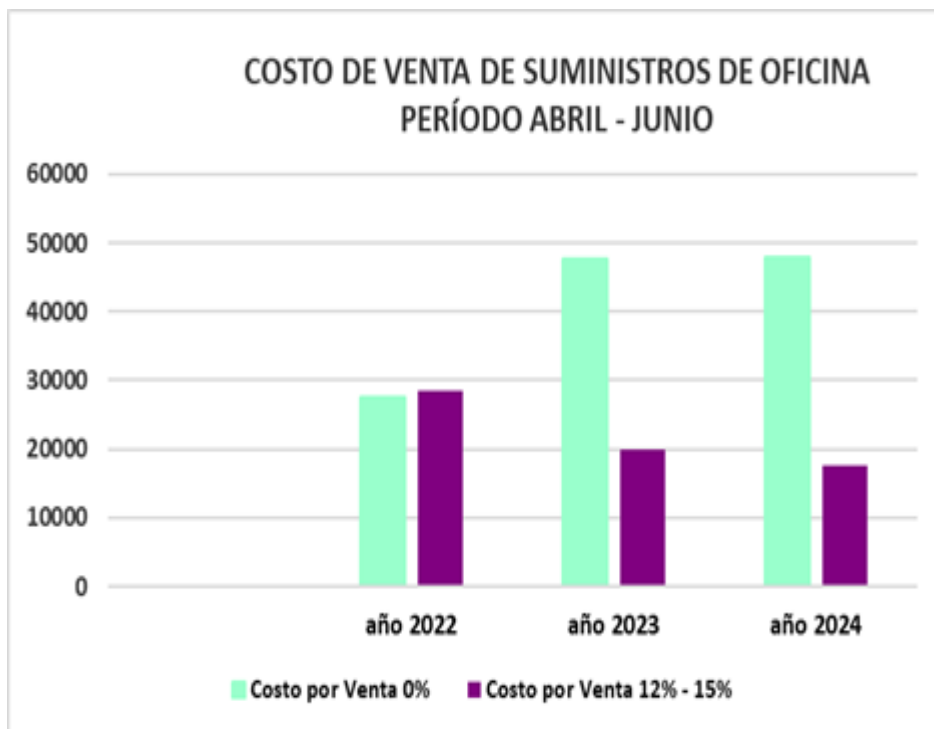
Costo de Venta Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Costo por Venta Iva 0%	\$ 27.443,33	\$ 47.620,88	\$ 47.804,15
Costo por Venta Iva 12% - 15%	\$ 28.365,43	\$ 19.835,04	\$ 17.607,90
	\$ 55.808,76	\$ 67.455,92	\$ 65.412,05

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 21

Costo de Venta Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023, 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

La disminución del costo de venta para el período comparado años 2023 y 2024 se debe por la caída de las ventas en el lapso comparado.

Unidad de Negocios: Venta de Productos Alimenticios

Tabla 24

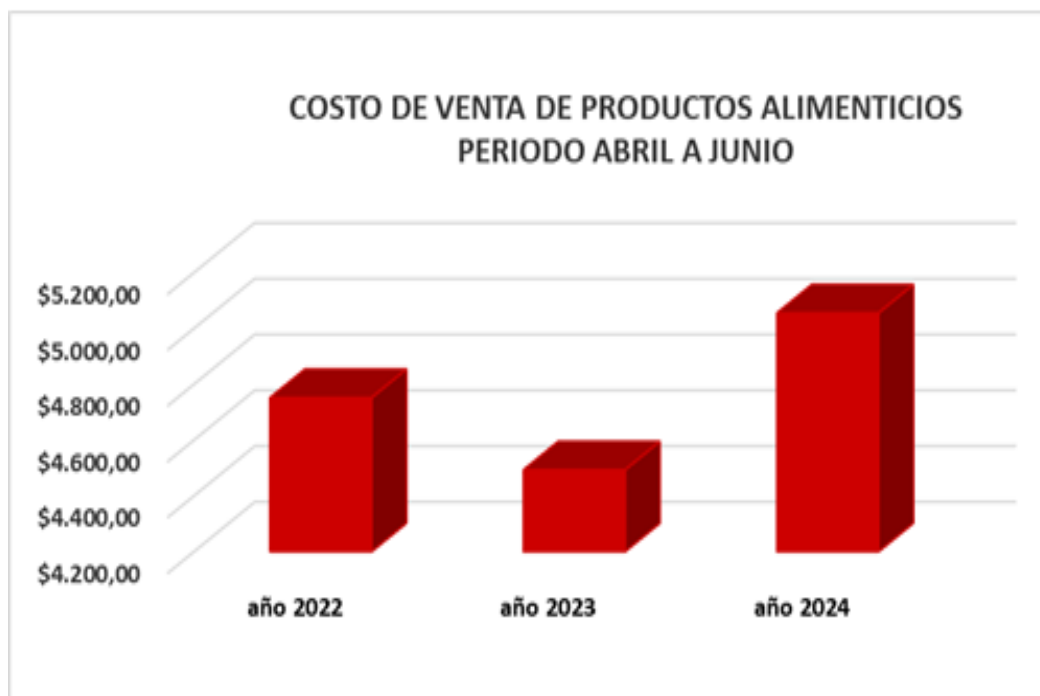
Costo de Venta Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Costo por Venta Iva 12% - 15%	\$ 4.751,23	\$ 4.492,76	\$ 5.054,76
	\$ 4.751,23	\$ 4.492,76	\$ 5.054,76

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 22

Costo de Venta Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Para el año 2024 se incrementa el costo de venta en los productos gravados con tarifa Iva diferente de cero porque el IVA pasó de 12% al 15%.

Costo de Venta Consolidados

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina Venta de Productos Alimenticios

Tabla 25

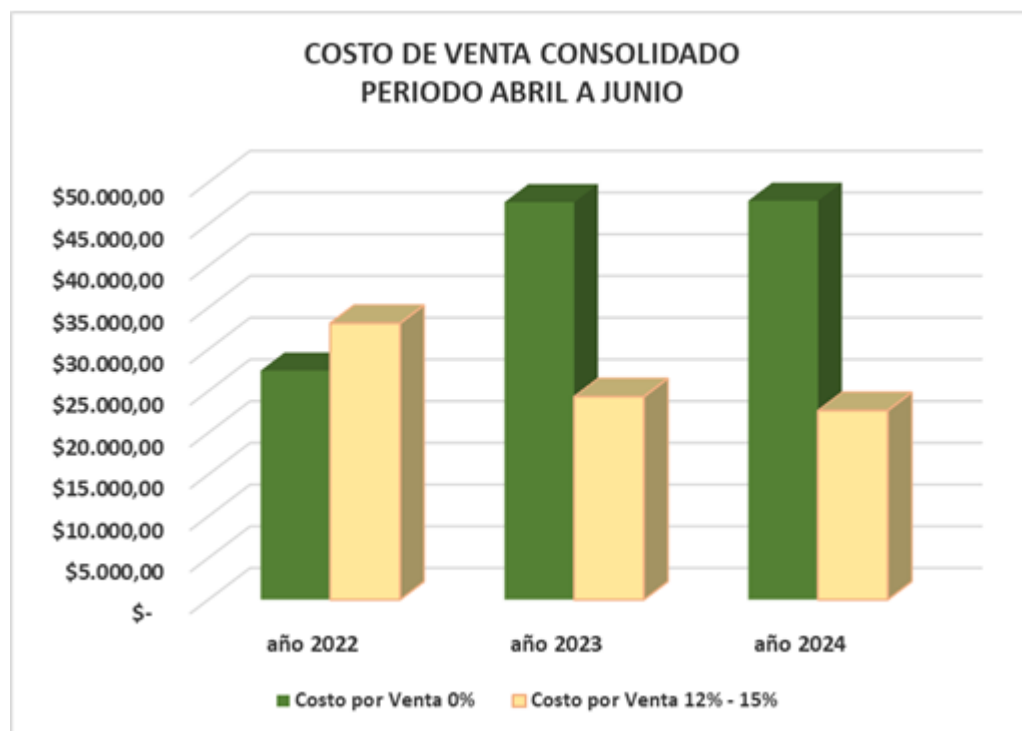
Costo de Venta Consolidado períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Costo por Venta Iva 0%	\$ 27.443,33	\$ 47.620,88	\$ 47.804,15
Costo por Venta Iva 12% - 15%	\$ 33.116,66	\$ 24.327,80	\$ 22.662,66
	\$ 60.559,99	\$ 71.948,68	\$ 70.466,81

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 23

Costo de Venta Consolidado períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

De manera consolidada, el costo de venta disminuyó en un 2,10%

Impuestos mensuales pagados comparados por los períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

Tabla 26

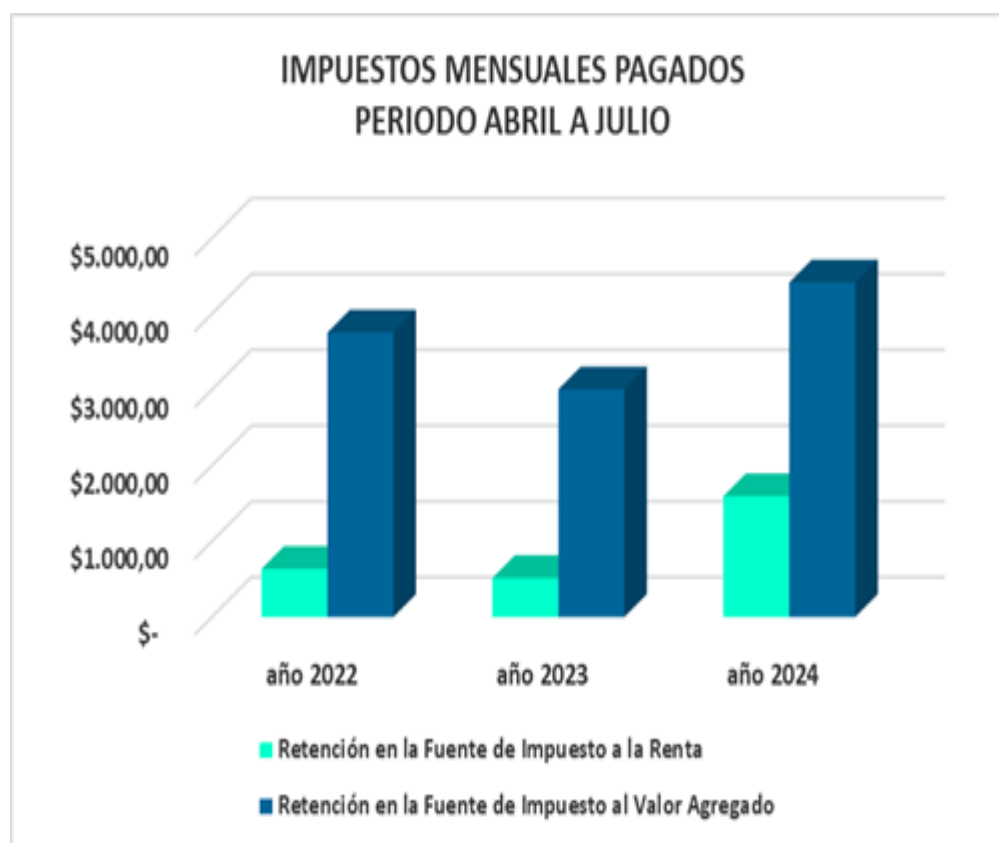
Impuestos mensuales períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Retención en la Fuente de Impuesto a la Renta	\$ 634,30	\$ 515,04	\$ 1.592,78
Retención en la Fuente de Impuesto al Valor Agregado	\$ 3.753,98	\$ 3.003,52	\$ 4.414,02
	\$ 4.388,28	\$ 3.518,56	\$ 6.006,80

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 24

Impuestos mensuales períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

En cuanto al pago de los Impuestos Fiscales mensuales hubo un mayor desembolso durante el segundo trimestre año 2024.

Rentabilidad bruta por unidad de negocios comparados por los períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina

Tabla 27

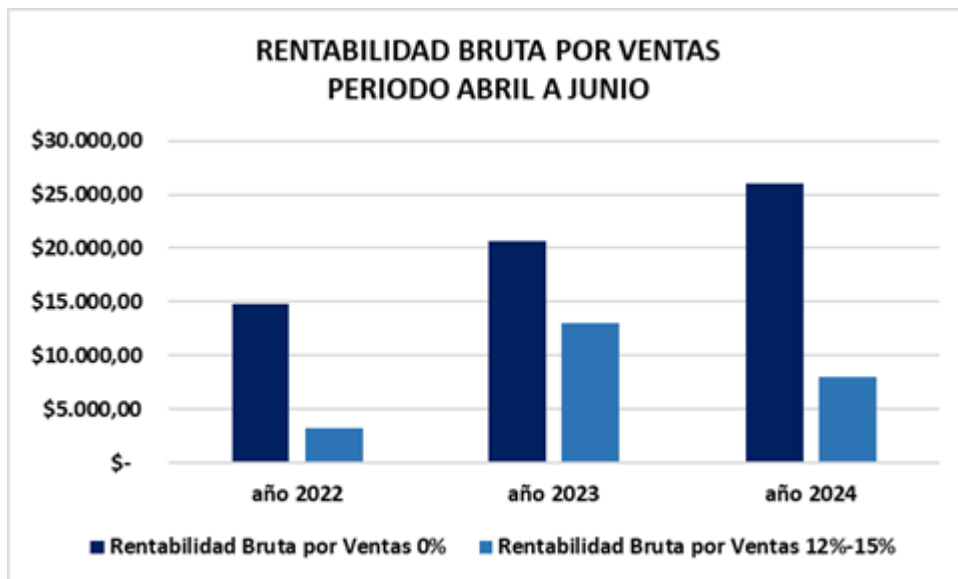
Rentabilidad Bruta Venta de Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Rentabilidad Bruta por Ventas Iva 0%	\$ 14.777,18	\$ 20.651,07	\$ 26.045,86
Rentabilidad Bruta por Ventas Iva 12%-15%	\$ 3.177,86	\$ 12.957,11	\$ 8.056,10
	\$ 17.955,04	\$ 33.608,18	\$ 34.101,96

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 25

Rentabilidad Bruta Venta de Suministros de Oficina períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

De manera general, la rentabilidad de la unidad de negocio se incrementa en 1,47%; a pesar que la rentabilidad de los productos gravados con tarifa diferente de cero decrece en 37,82%.

Unidad de Negocios: Venta de Productos Alimenticios

Tabla 28

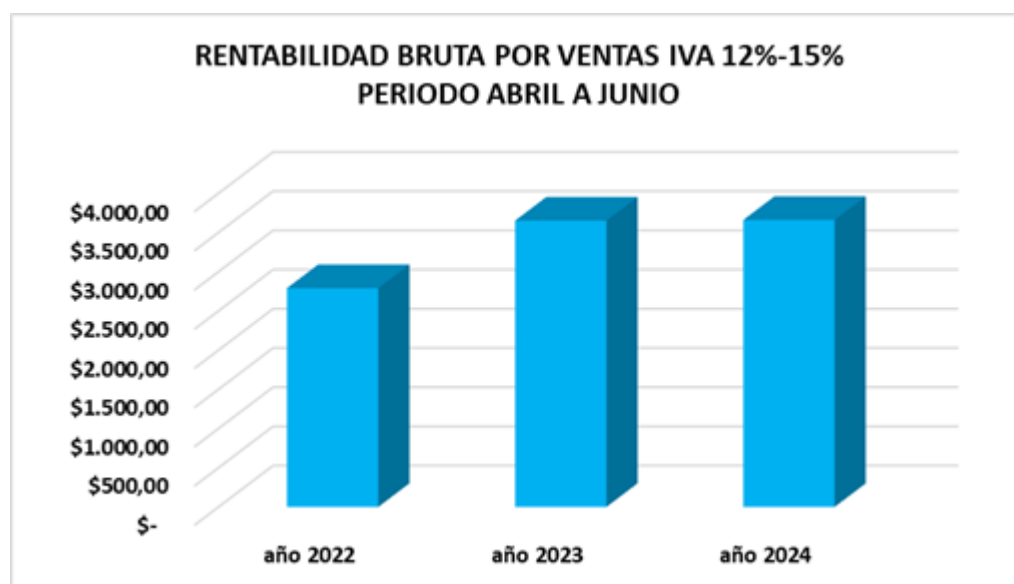
Rentabilidad Bruta Venta de Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Rentabilidad Bruta por Ventas Iva 12%-15%	\$ 2.790,40	\$ 3.652,20	\$ 3.660,35

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 26

Rentabilidad Bruta Venta de Productos Alimenticios períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Ligero incremento de la rentabilidad en el período abril a junio 2024 (0,22%).

Rentabilidad Consolidadas

Unidad de Negocios: Venta de Suministros de Oficina Venta de Productos Alimenticios

Tabla 29

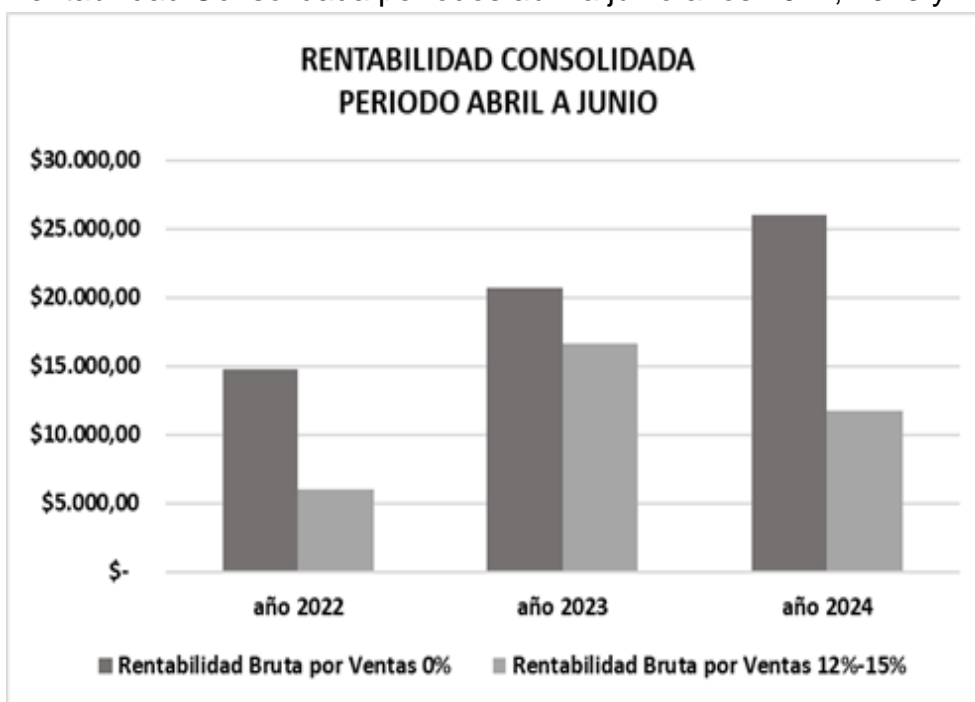
Rentabilidad Consolidada períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.

	Abril a Junio		
	año 2022	año 2023	año 2024
Rentabilidad Bruta por Ventas Iva 0%	\$ 14.777,18	\$ 20.651,07	\$ 26.045,86
Rentabilidad Bruta por Ventas Iva 12%-15%	\$ 5.968,26	\$ 16.609,31	\$ 11.716,45
	\$ 20.745,44	\$ 37.260,38	\$ 37.762,31

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 27

Rentabilidad Consolidada períodos abril a junio años 2022, 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

A nivel general, la rentabilidad se incrementó en 1,33%. Esto fue debido al aumento de las ventas de productos con tarifa 0%.

Costo de Bienes con valor de IVA antes y después de su incremento

Tabla 30

Costo de Bienes con IVA antes y después de incremento

	Costo	IVA 12%	Costo Total	IVA 15%	Costo Total
Bebidas Gaseosas 1000 ml	\$ 0,3833	\$ 0,0460	\$ 0,4293	\$ 0,0575	\$ 0,4408
Bebidas Gaseosas 300 ml	\$ 0,1783	\$ 0,0214	\$ 0,1997	\$ 0,0267	\$ 0,2050
Agua en botella 400 cc	\$ 0,1518	\$ 0,0182	\$ 0,1700	\$ 0,0228	\$ 0,1746
Agua en botellón 5 litros	\$ 1,7900	\$ 0,2148	\$ 2,0048	\$ 0,2685	\$ 2,0585
Jugo en cartón 195 ml	\$ 0,3708	\$ 0,0445	\$ 0,4153	\$ 0,0556	\$ 0,4264
Gasolina ecopais galón	\$ 2,1430	\$ 0,2572	\$ 2,4002	\$ 0,3215	\$ 2,4645

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Uno de los rubros que tuvo mayor incidencia en los costos operacionales de las empresas es el incremento de los combustibles, a pesar de que no corresponde a una materia prima; sin embargo, su costo sí impacta de manera directa con el costo de venta de los productos que ofrece una empresa.

Costo de Bienes con valor de IVA 0%

Tabla 31

Costo de Bienes con IVA 0%

	Unidad de Medida	Costo hasta Marzo 2024	Costo Junio 2024	Variación	Variación %
Cebolla paiteña	Kilo	\$ 1,1019	\$ 1,8875	\$ 0,7856	71,30%
Leche deslactosada	Litro	\$ 1,2400	\$ 1,2700	\$ 0,0300	2,42%
Pan Integral Molde	600 gr	\$ 1,8400	\$ 2,1900	\$ 0,3500	19,02%
Pan Blanco Molde	600 gr	\$ 1,5900	\$ 1,6700	\$ 0,0800	5,03%
Margarina	500 gr	\$ 2,9900	\$ 3,1400	\$ 0,1500	5,02%
Atún en lata	180 gr	\$ 1,4300	\$ 1,5600	\$ 0,1300	9,09%

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Es importante resaltar que ciertos productos que no gravan IVA han reportado incremento en su costo. Se entiende que esto se debe por el incremento de todos los productos que gravan IVA y forman parte de la cadena de producción de un bien.

4.6.2 Caso Práctico: Estudio, revisión y análisis de las operaciones comerciales de la Compañía XYZ entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.

Identificación: La empresa XYZ es una firma consultora con experiencia en la gestión integral de talento humano, provee soluciones diferenciadoras en materia de talento humano, selección de personal, desarrollo organizacional y gestión de

proyectos. Posee una selecta cartera de clientes que avalan su trabajo, resultados y experiencias. Son innovadores, generan valor en cada proyecto y prometen el retorno sobre la inversión que realizan sus clientes.

Actividad Económica: La empresa tiene registradas las siguientes actividades económicas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):

- Prestación de asesoramiento y ayuda a las empresas y a las administraciones públicas en materia de planificación, organización, eficiencia y control, información administrativa, etc.,
- Actividades de búsqueda, selección, recomendación y colocación de personal, incluida la colocación o búsqueda de ejecutivos, actividades de las agencias y oficinas de selección de actores, por ejemplo, para obras de teatro y actividades de agencia de colocación por internet (on line),
- Suministro de trabajadores para las actividades de los clientes por períodos limitados de tiempo con el fin de reemplazar a empleados de los clientes o suplementar temporalmente su fuerza de trabajo, cuando los trabajadores suministrados son empleados de las propias agencias de empleo temporal, las unidades clasificadas en esta clase no se encargan de la supervisión directa de sus empleados en los lugares de trabajo de los clientes.
- Principales productos que se comercializan: El producto que vende la empresa es dar soluciones diferenciadoras en materia de talento humano, selección de personal, desarrollo organizacional y gestión de proyectos.

Posicionamiento en el mercado: La empresa XYZ hasta el año 2019 poseía una cartera de 20 clientes fijos, teniendo una discreta participación en el mercado de las compañías que ofrecen este tipo de servicios. Pero es a partir del año 2020 con la aparición del COVID 19, que al igual que muchas empresas, empieza a tener ciertos problemas operacionales y económicos (pérdida de clientes); mismo que no han permitido que la empresa se recupere en la medida que sus accionistas lo esperaban.

Durante el año 2021, la empresa empezó con una lenta recuperación; misma que por los problemas sociales actuales que vive el país y sumado a esto la reforma tributaria que incrementó el IVA en 3% (puesta en vigencia a partir de abril de 2024), no logra salir de su estado actual. Sin embargo, la empresa XYZ busca estrategias para poder captar e incrementar su cartera de clientes y tratar de volver a su estado anterior de ingresos.

Revisión y análisis de las operaciones comerciales de la Compañía XYZ entre los ejercicios económicos 2023 y 2024.

Para revisar las operaciones comerciales de la compañía XYZ durante los ejercicios económicos 2023 y 2024, se van a analizar ciertos rubros de los estados financieros; entre ellos, ventas, costo de ventas, rentabilidad, etc.

Ventas comparadas por los períodos enero a junio años 2023 y 2024.

Tabla 32

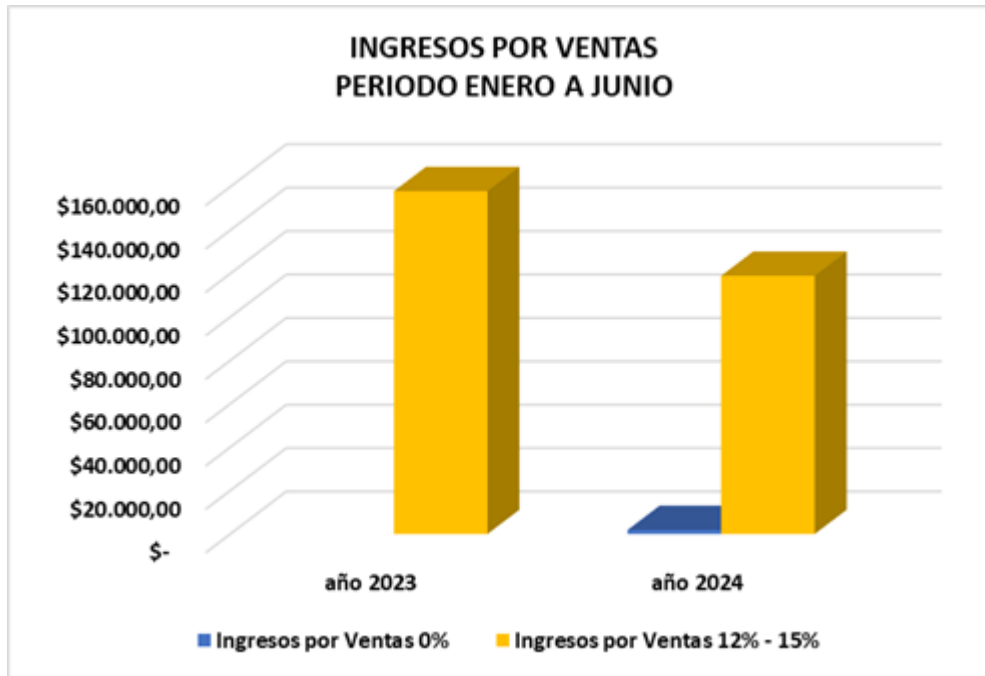
Ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024

	Enero a Junio	
	año 2023	año 2024
Ingresos por Ventas 0%	\$ -	\$ 1.900,00
Ingresos por Ventas 12% - 15%	\$ 157.989,99	\$ 118.977,58
	\$ 157.989,99	\$ 120.877,58

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 28

Ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas decrecieron en 23,49% para el primer semestre año 2024, cuya afectación se debe por el incremento del IVA en 3%.

Ventas comparadas por los períodos abril a junio años 2023 y 2024.

Tabla 33

Ventas períodos abril a junio años 2023 y 2024.

	Abril a Junio	
	año 2023	año 2024
Ingresos por Ventas 0%		\$ 1.900,00
Ingresos por Ventas 12% - 15%	\$ 72.816,56	\$ 37.702,50
	\$ 72.816,56	\$ 39.602,50

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 29

Ventas períodos abril a junio años 2023 y 2024



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Las ventas decrecieron en 45,61% para el segundo trimestre año 2024.

Costo de Venta y Gastos Operacionales comparados por los períodos enero a junio años 2023 y 2024.

Tabla 34

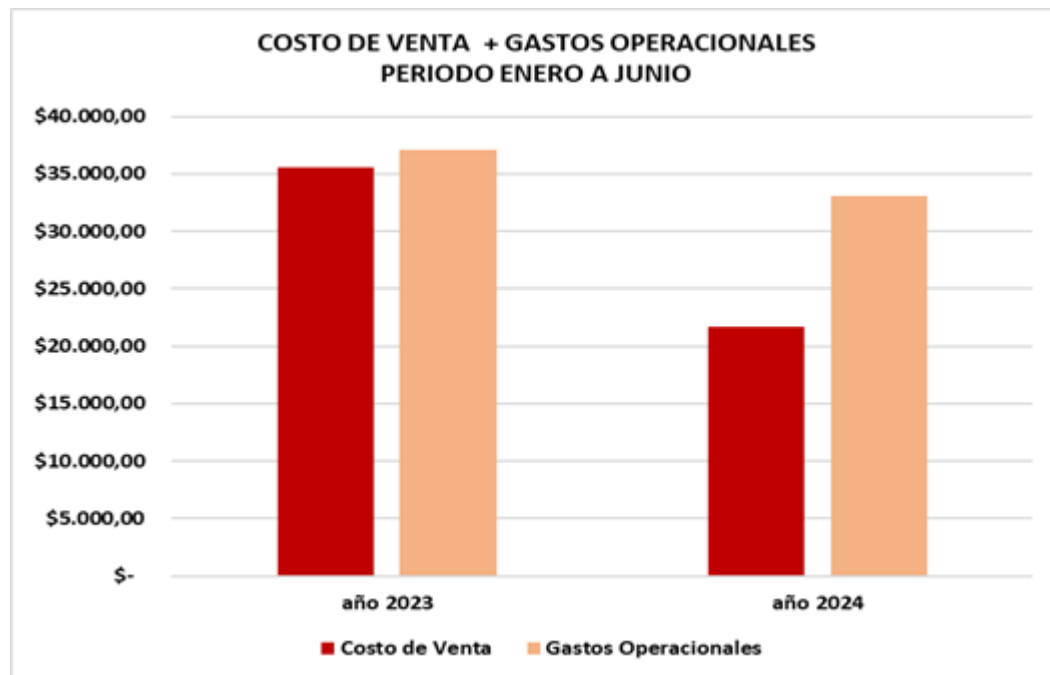
Ventas períodos abril a junio años 2023 y 2024.

	Enero a Junio	
	año 2023	año 2024
Costo de Venta	\$ 35.584,91	\$ 21.723,12
Gastos Operacionales	\$ 37.061,66	\$ 33.058,92
	\$ 72.646,57	\$ 54.782,04

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 30

Costo de Venta y Gastos Operacionales períodos enero a junio años 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

La disminución del costo de venta en el primer semestre año 2024 se debe al decrecimiento de ventas, a pesar de ello los gastos operacionales se mantienen.

Costo de Venta y Gastos Operacionales comparados por los períodos abril a junio años 2023 y 2024.

Tabla 35

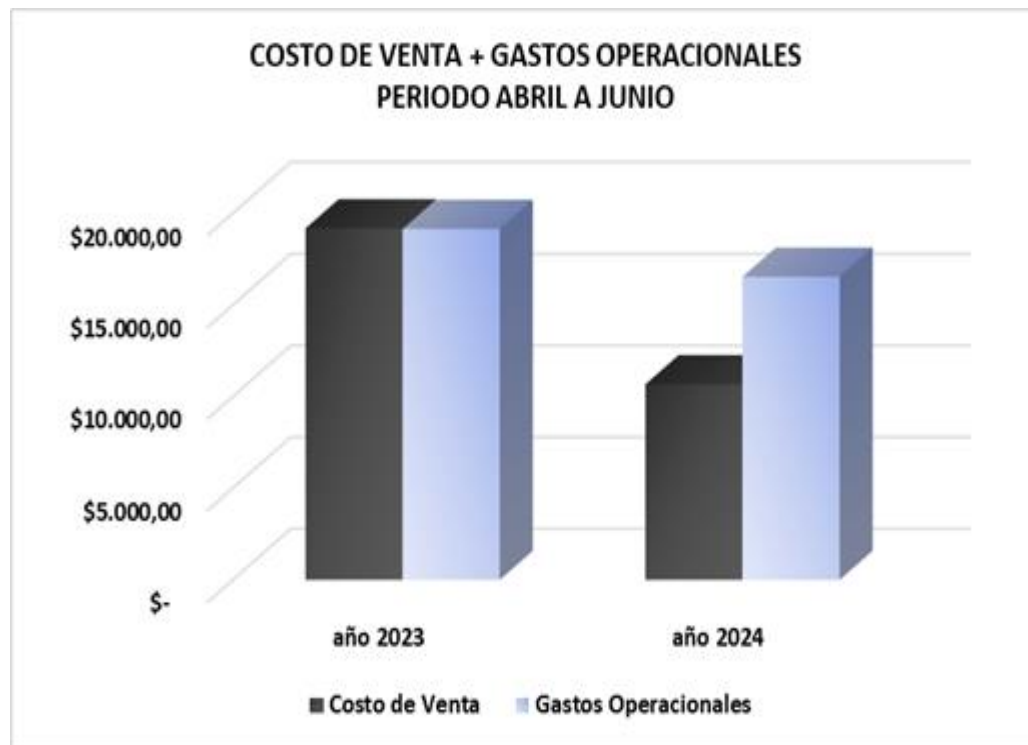
Costo de Venta y Gastos Operacionales períodos abril a junio años 2023 y 2024.

	Abril a Junio	
	año 2023	año 2024
Costo de Venta	\$ 19.180,85	\$ 10.668,55
Gastos Operacionales	\$ 19.145,78	\$ 16.534,07
	\$ 38.326,63	\$ 27.202,62

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 31

Costo de Venta y Gastos Operacionales períodos abril a junio años 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Utilidad Bruta en Ventas comparadas por los períodos enero a junio años 2023 y 2024.

Tabla 36

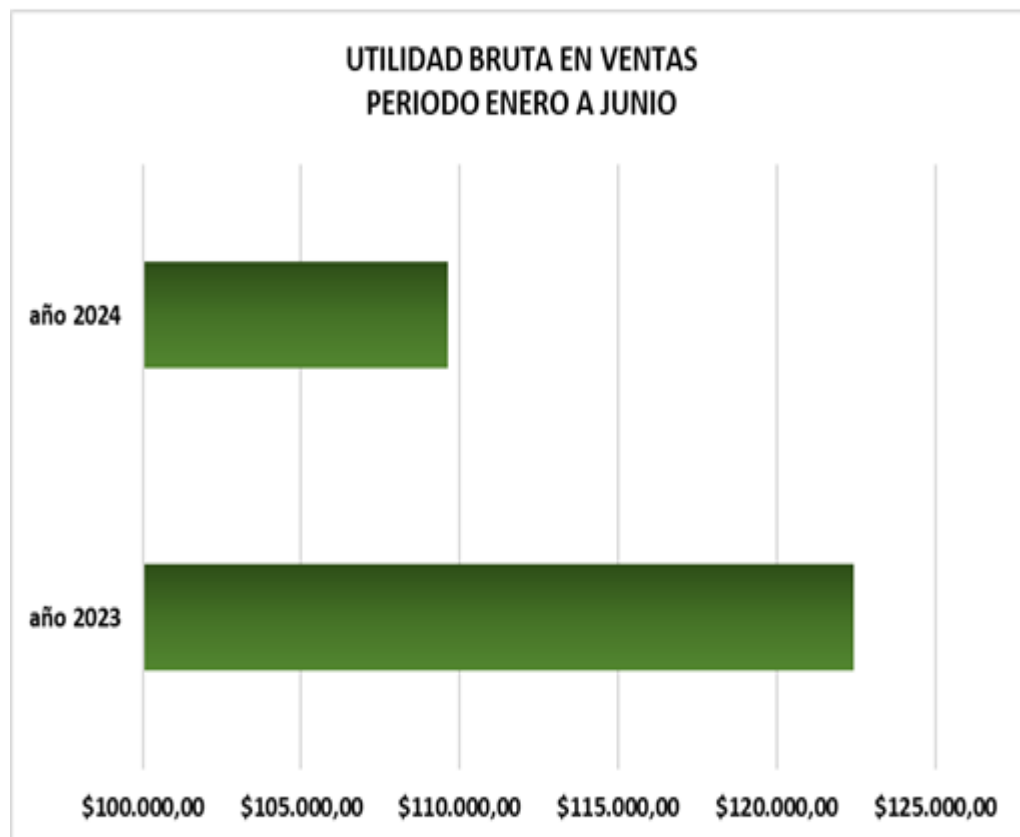
Utilidad bruta en ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024.

	Enero a Junio	
	año 2023	año 2024
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 122.405,08	\$ 109.611,69

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 32

Utilidad bruta en ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

La Utilidad bruta en ventas cae en 10,45% en el primer semestre año 2024.

Utilidad Bruta en Ventas comparadas por los períodos abril a junio años 2023 y 2024.

Tabla 37

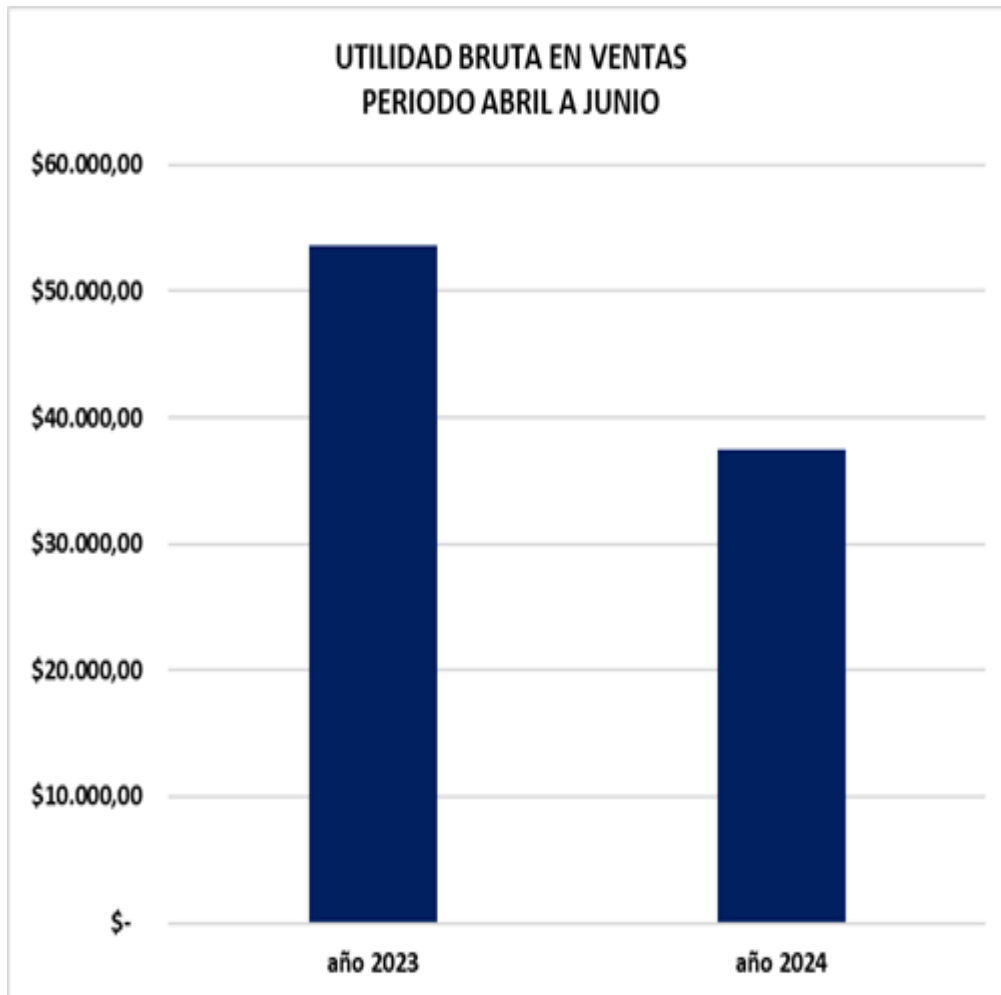
Utilidad bruta en ventas períodos enero a junio años 2023 y 2024.

	Abril a Junio	
	año 2023	año 2024
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 53.635,71	\$ 37.391,18

Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

Figura 33

Utilidad bruta en ventas período abril a junio años 2023 y 2024.



Elaborado por: Ortega & Villón, (2024)

La Utilidad bruta en ventas cae en 30,29% en el segundo trimestre año 2024.

4.6.3 Conclusiones sobre el estudio de las dos empresas analizadas.

Una vez revisada la información financiera de las dos empresas, se puede concluir que la afectación de incremento del 3% sobre la tarifa de 12% del impuesto al valor agregado es para todas las personas naturales y jurídicas; dependiendo de la actividad económica que esté desarrollando.

Así como las empresas estudiadas, existen muchas que esta afectación es considerable; que hace que los accionistas y directivos mediten bien, para de esta manera tomen las decisiones correctas y oportunas. Las autoridades gubernamentales de turno deberían buscar manera de apoyar las actividades de las pymes, ya que son éstas las grandes generadoras de empleos y forman parte importante de los ingresos del Estado.

CONCLUSIONES

En los tres últimos meses, el pueblo ecuatoriano ha sido partícipe de la vigencia de una reforma tributaria; la misma que cambió la perspectiva fiscal del Ecuador: el impuesto al valor agregado se incrementa en 3 puntos al porcentaje vigente hasta marzo 2024, pasó del 12% al 15%. El nuevo porcentaje de IVA se aplicó a una serie de bienes y servicios, los cuales muchos de ellos la ciudadanía los paga al momento de realizar una transacción (por ejemplo, los servicios bancarios, los productos de primera necesidad, entre otros). Por ello, el impuesto es denominado como directo. Este aumento provoca una especulación en el costo de la canasta básica, lo cual hace que el Producto Interno Bruto (PIB) tenga variaciones y afecte al crecimiento económico del país.

El objetivo del Gobierno Nacional se está cumpliendo de a poco, ya que lo que se obtenga servirá para tener recursos para financiar la lucha contra el narcotráfico y el crimen organizado, también tratar de ponerse al día con los valores que debe devolver a los contribuyentes de la tercera edad por objeto de IVA, devoluciones a contribuyentes por impuestos pagados en excesos, devoluciones de IVA a exportadores, entre otros rubros.

Se espera que los resultados de los objetivos propuestos el Gobierno Nacional, tengas sus resultados a corto plazo, con miras a las nuevas elecciones en los primeros meses del año 2025.

RECOMENDACIONES

Luego de revisar y analizar que este incremento del porcentaje de IVA afecta tanto a productores como consumidores, se puede decir que el impacto sí es considerable en ciertos productos de la canasta básica; donde si bien es cierto no todos los productos están gravados con este impuesto, pero sí afecta de manera indirecta mediante la cadena de producción a un producto de primera necesidad.

La ciudadanía debe cambiar sus hábitos de consumos, esto es, ahorrar a la hora de realizar compras, entender que el uso de tarjetas de crédito no es la solución para cubrir esta brecha creada por la reforma tributaria puesta en vigencia. Buscar emprendimientos que ayuden a solventar este recurso faltante, es otra de las opciones. Esto es visto desde el punto de vista del consumidor.

En cuanto a las pymes, tomando como referencia las empresas estudiadas en el presente trabajo investigativo, deben estar atentas de las especulaciones que puedan encontrarse con la materia prima que utilicen para su producción. De igual manera, las entidades de control como la Intendencia de Policía y el Servicio de Rentas Internas deben apoyar a las pymes con campañas de control de precios e informativa sobre aquellos productos que gravan tarifa 0% y 15%, respectivamente.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

- Alban, G. A. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173. doi:10.29057/icea.v9i17.6019
- Araque, W. (. (2015). Caracterización del proceso de internacionalización de las PyME ecuatorianas. Ecuador: Universidad Ecuatoriana . Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/No.-6.-Caracterizacion-de-la-PyME-ecuatoriana.pdf
- Arias, E. (2020). *Economipedia*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-mixta.html>
- Arrimada, A. (2021). *Método observacional: qué es, tipos, características y funcionamiento*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://psicologiymente.com/psicologia/metodo-observacional>
- Cabello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex-Revista de la facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 199-218. Recuperado el 3 de Septiembre de 2024, de <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623>
- Cuenca, M. (2024). Retos y perspectivas para el gobierno de Daniel Noboa dentro de la coyuntura actual. *Revista digital: Mundo Minero.*, 12-15. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://mundominero.com.ec/retos-y-perspectivas-gobierno-daniel-noboa-coyuntura-actual/>
- Espada, B. (2021). *Qué es el método descriptivo y ejemplos*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Etecé, I. (2021). *nvestigación no experimental*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/#ixzz8ieaXu14f>
- Imbaquingo, J. (2024). *Registro Estadístico de Empresas 2023, Boletín técnico*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2023/Se mestre_I/Boletin_REEM_2023.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2023/Se%20mestre_I/Boletin_REEM_2023.pdf)

- Macas, G., Paredes, A., & Vergara, A. (2023). *Economía Organizacional: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Guayaquil-Ecuador*. Guayas, Ecuador: Universidad Ecotec. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/90/114/1229-1?inline=1>
- Macias, S. (2024). Impacto de los emprendimientos en el desarrollo económico en el cantón Portoviejo, en contexto de pandemia por covid-19 año 2020. 593 *Digital Publisher CEIT*, 303-312. Recuperado el 3 de septiembre de 2024
- Martello, V. (2021). ¿Qué hacemos con la información? Organización, análisis e interpretación. *Actas de Diseño*, (37). Palermo, Argentina: Universidad de Palermo. Recuperado el 3 de Septiembre de 2024, de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/5617>
- Mayorga, L., Valero, E., Murrieta, F., & Tenorio, G. (2021). Las Retenciones del IVA y la Fuente y su Incidencia en el Funcionamiento del Servicio de Rentas Internas (Administración Tributaria) en el Periodo 2020-2021. *Polo del Conocimiento*, 54-61. doi:10.23857/pc.v6i11.3298
- Mendoza, S., & Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín científico de las ciencias económico administrativas del ICEA*, 51-53. doi:10.29057/icea.v9i17.6019
- Naranjo, J., Subia, M., & Hajj, P. (2024). *Blog personal: Entra en vigencia la Ley Orgánica de Competitividad Energética*. Obtenido de : <https://nmslaw.com.ec/blog/2024/01/22/ley-competitividad-energetica-ecuador/>
- Oliva, N. (2008). *El Impuesto al Valor Agregado como Instrumento de Equidad*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Publicaciones Notas/Catalogo/Cuestiones/XXIV-I-02Oliva.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Publicaciones%20Notas/Catalogo/Cuestiones/XXIV-I-02Oliva.pdf)
- Otero, A. (2018). *Enfoques de Investigación*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf

- Primicias. (2024). *Pymes ecuatorianas: un vistazo en datos*. Periódico digital. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de https://www.primicias.ec/nota_comercial/hablemos-de/empresas/actualidad-empresas/pymes-ecuatorianas-transformacion-crecimiento-exponencial/
- Primicias. (2024). *Entre crisis propias y heredadas, el presidente Noboa mantiene su popularidad*. Periódico digital. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://www.primicias.ec/noticias/politica/crisis-propias-heredadas-presidente-noboa-popularidad/>
- Quintero, A. (2021). Obstáculos que enfrentan las pymes para acceder a financiamiento en Banecuator BP, sucursal Santo Domingo. Ecuador: Unidades Santo Domingo. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/14528>
- Rodríguez, R. (2023). *Informe Mundial 2024: Ecuador, Eventos del 2023*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://www.hrw.org/es/world-report/2024/country-reports/ecuador#:~:text=de%20profunda%20preocupaci%C3%B3n.-Violencia%20y%20delincuencia,junto%20con%20Venezuela%20y%20Honduras>
- Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 191-200. doi:10.33386/593dp.2020.5-1.337
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2024). *Boletín No. 118: Quinto proyecto de ley económico urgente: presidente Daniel Noboa Azin envía propuesta normativa para potenciar el turismo*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://www.comunicacion.gob.ec/quinto-proyecto-de-ley-urgente-presidente-daniel-noboa-azin-envia-propuesta-normativa-para-potenciar-el-turismo/>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2024). *Boletín No. 59: El presidente entrega ley para la recuperación de activos de origen ilícito y transparencia en contratación pública*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://www.comunicacion.gob.ec/el-presidente-entrega-ley-para-la-recuperacion-de-activos-de-origen-ilicito-y-trasparencia-en-contratacion-publica/>

- Servicio de Inversiones Público-Privadas. (2024). *Aprobación de la Ley de Eficiencia Económica y Generación de Empleo fortalece las Asociaciones Público-Privadas en Ecuador*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://www.appecuador-gob.ec/aprobacion-de-la-ley-de-eficiencia-economica-y-generacion-de-empleo-fortalece-las-asociaciones-publico-privadas-en-ecuador/>
- Servicio de Rentas Internas. (2024). *Ley Orgánica para Enfrentar el Conflicto*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2024, de https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/f03ecb3a-1e12-412a-bf42-8e4c8efe746c/Ley_enfrentar_Conflicto_Armado_publicado12032024.pdf
- Servicio de Rentas Internas. (2024). *Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de [https://www.sri.gob.ec/impuesto-al-valor-agregado-iva#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1%20es%20la%20tarifa%3F,-\(Art.54%2C&text=La%20tarifa%20del%20Impuesto%20al,\)%20vigente%20es%20del%205%25](https://www.sri.gob.ec/impuesto-al-valor-agregado-iva#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1%20es%20la%20tarifa%3F,-(Art.54%2C&text=La%20tarifa%20del%20Impuesto%20al,)%20vigente%20es%20del%205%25).
- Servicio de Rentas Internas. (2024). *Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento de Empleo*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2024, de https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/23a2312a-4d25-4012-ba03-ae55cb5d4061f/LOFATFE_ultima_actualizacion_25042024.pdf
- Soto, F., Alvarado, S., & Malla, F. (2024). El Desempleo y la Pobreza en Ecuador, Parte de los Problemas Sociales sin Resolver. . *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. , 74-78.
- Tacuri, O., & Briones, Á. (2023). Gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad en Pymes comerciales en la ciudad de Guayaquil periodo 2021-2022. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 763-779.
- Tapia, E. (2023). Seis factores amenazan la reactivación económica en 2023. *Revista Primicias*., 11-17. Recuperado el 3 de Septiembre de 2024, de <https://www-primicias.ec/noticias/economia/factores-amenazan-crecimiento-economia-ecuador/>
- Useche, M., & Pereira, M. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. Ecuador. doi:10.17163/ret.n22.2021.05

Vaca, F. (2023). Plan V: Daniel Noboa, Los Desafíos Económicos del Nuevo Gobierno. Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 3 de septiembre de 2024, de <https://www.planv.com.ec/historias/economia/daniel-noboa-desafios-economicos-del-nuevo-gobierno>

Veiga de Cabo, J., & Zimmermann, M. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. . *Medicina y seguridad del trabajo*, 81-88.