

Tipo de Publicación: Artículo Científico

Recibido: 08/12/2022

Aceptado: 19/12/2022

Páginas: 118-134

Autores:

Mariela Chango Galarza

 <https://orcid.org/0000-0002-2996-9718>

E-mail: mcchango@espe.edu.ec

Afiliación:

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
Sangolquí, Ecuador

Iralda Benavides Echeverría

 <https://orcid.org/0000-0002-7806-9257>

E-mail: iebenavides@espe.edu.ec

Afiliación:

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
Sangolquí, Ecuador

Viviana Panchi Pastora

 <https://orcid.org/0000-0001-5428-5492>

E-mail: viviana.pachi@utc.edu.ec

Afiliación:

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
Sangolquí, Ecuador

INCENTIVOS TRIBUTARIOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, BAJO TEORÍA DEL REFORZAMIENTO DE FREDERIC SKINNER, PERIODO 2019-2020

Resumen

En la última década el Turismo representa un impacto en la sociedad moderna, en tal virtud los incentivos tributarios en las actividades desarrolladas por las empresas Turísticas y Hoteleras de la provincia de Tungurahua permitirá evidenciar lo afirmado. El enfoque de la investigación es mixto, el tipo de investigación es descriptiva y explicativa, el diseño es no experimental y la modalidad es una investigación de campo, se aplicó un instrumento de 353 encuestas dirigidas a los contribuyentes que integran los cinco sectores de las actividades turísticas de la provincia de Tungurahua conformado por los cantones de Ambato, Baños, Pelileo, Mocha, Patate, Quero, Cevallos, Tisaleo y Pillaro. Entre las conclusiones, está fortalecer la difusión y aplicación de los incentivos tributarios, con el objetivo de impulsar el desarrollo y crecimiento económico. Entre los resultados El 54% manifiesta que conoce la existencia de estos beneficios tributarios directos con el sector, pero por el desconocimiento de aplicabilidad no se practica en algunos casos por parte de los empresarios y/o contadores; respecto al aporte de los incentivos al sector, el 35% considera que los beneficios tributarios apoyan a la generación de más fuentes de empleo.

Palabras Clave: Empresas turísticas, hotelería y turismo, tributación, impuestos.

TAX INCENTIVES FOR TOURISM AND HOTEL COMPANIES IN THE PROVINCE OF TUNGURAHUA, UNDER FREDERIC SKINNER'S REINFORCEMENT THEORY, PERIOD 2019-2020

Abstract

In the last decade, Tourism represents an impact on Modern society, in virtue of which the tax incentives in the activities carried out by the Tourism and Hotel companies in the province of Tungurahua will allow evidence of what has been stated. The research approach is mixed, the type of research is descriptive and explanatory, the design is non-experimental and the modality is a field investigation, an instrument of 353 surveys was applied to taxpayers that make up the five sectors of the activities tourist areas of the province of Tungurahua made up of the cantons of Ambato, Baños, Pelileo, Mocha, Patate, Quero, Cevallos, Tisaleo and Pillaro. Among the conclusions is to strengthen the dissemination and application of tax incentives, with the aim of promoting development and economic growth. Among the results 54% state that they are aware of the existence of these direct tax benefits with the sector, but due to lack of applicability, they are not practiced in some cases by businessmen and/or accountants; Regarding the contribution of incentives to the sector, 35% consider that tax benefits support the generation of more sources of employment.

Keywords: Tourism companies, hospitality and tourism, taxation, taxes.

Introducción

En el Ecuador el Turismo es una de las fuentes principales que aporta al Producto Interno Bruto (PIB), debido a que es un país caracterizado por poseer una variedad de destinos turísticos, culturales y tradicionales propios de las cuatro regiones, por lo tanto de acuerdo con el Ministerio de Turismo (2020), el Producto Interno Bruto Turístico para el año 2019 fue de 2.405 millones corrientes USD lo que represente el 2,24% del PIB total, lo cual demuestra un crecimiento en comparación con los años anteriores. Por consiguiente, el valor que aportan las empresas turísticas al desarrollo de la economía del país es de vital importancia, el Estado Ecuatoriano ha desarrollado varias actividades que procuran incrementar la actividad turística, es así que para incentivar el desarrollo de estas actividades el gobierno en conjunto con otros organismos ha creado varios incentivos en el área financiera, contable, laboral y tributaria.

En lo referente al área tributaria, varios son los cambios en lo concerniente a pago de impuestos, incentivos, beneficios, exoneraciones que se han establecido para estas empresas, tanto en Impuesto a la Renta (IR), Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) e Impuesto al Valor Agregado (IVA), sin embargo los contribuyentes de este sector no aplican en su totalidad estos incentivos, debido a la falta de difusión de la información o por la escasa

capacitación, para la aplicación de estos beneficios tributarios en el desarrollo de sus actividades.

A medida que pasan los años los países explotan los recursos naturales que poseen, para satisfacer las necesidades económicas que demandan los pobladores, es así que los recursos naturales se van deteriorando día a día, puesto que al desarrollar las actividades turísticas se ven afectadas áreas como la flora y fauna, el agua y la geología. En lo referente al daño de la flora y fauna se da por las construcciones de edificios y vías de acceso para el desarrollo del turismo lo que trae consigo la tala de árboles y destrucción de la vegetación, que a su vez ocasiona que varias especies animales se queden sin su hábitat natural; por otro lado en cuanto a la contaminación del agua generada por los residuos y desechos de estas empresas hoteleras; y en el aspecto de la geología al realizar las construcciones destruye y contamina el suelo, lo cual además destruye el paisaje.

Es por esta razón, que las personas encargadas de realizar actividades Turísticas y Hoteleras al emplear los recursos naturales, deben llevar a cabo acciones que colaboren a la protección del medio ambiente, pues al observar la situación económica actual de los países, es evidente que en un futuro la mayor parte de los ingresos del PIB de los países dependerán de los valores recaudados provenientes de este sector económico. Es así que en definitiva los gobernantes de los países han encaminado

acciones para potenciar estas actividades, un ejemplo son los incentivos en el ámbito tributario, contable, laboral, económico, social lo cual es favorable puesto que, si esta actividad se la sigue cultivando los ingresos en un futuro serán aún mayores por consiguiente los beneficios para el arca fiscal serán mejores.

En gran parte las actividades turísticas son fuente de ingresos para las naciones, pero se debe de tomar en cuenta que esta actividad cumple un rol importante en la sociedad, pues al ser generadora de empleo para los habitantes de la zona, contribuye a combatir el desempleo. Además, colabora para que cada vez sean más las personas que conozcan las culturas, costumbres y tradiciones de los distintos lugares, enriqueciéndose de esta manera la identidad cultural del país.

En su mayoría las actividades turísticas y hoteleras que se emprenden son llevadas a cabo por los moradores de cada uno de los lugares turísticos, pero con el paso del tiempo son las grandes empresas las cuales buscan posicionarse en dichos lugares, he aquí la importancia de que estas empresas tomen conciencia del cuidado de los recursos naturales, puesto que si no realizan acciones en pro del desarrollo y conservación del medio ambiente, en un futuro estos recursos se agotaran lo cual ocasionaría que ya no se pueda realizar las actividades de turismo, dejando graves daños al medio ambiente y a los pobladores del sector.

El presente trabajo de investigación está direccionado al sector Turístico y Hotelero de la provincia de Tungurahua, cuya problemática es la escasa aplicación de la normativa tributaria en lo referente a impuestos, incentivos, beneficios, y exoneraciones propuestos por el Gobierno para el crecimiento del sector. El problema se ha presentado debido a que los contribuyentes de este sector desconocen los distintos incentivos tributarios, en virtud de que los organismos a cargo de este sector no difunden la información necesaria para acogerse a estos beneficios, o a su vez por la falta de capacitación para la aplicación de estos beneficios, por consiguiente, las empresas al no conocer este tipo de incentivos no logran aumentar su crecimiento económico.

En esta investigación se determinó que los incentivos tributarios representan premios para los contribuyentes que colaboran al crecimiento del sector Turístico y Hotelero, pues a partir de la exoneración, deducción, crédito tributario u otro beneficio tributario referente al Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado o Impuesto a la Salida de Divisas. Los contribuyentes pueden reinvertir los valores destinados al pago de impuestos, adquirir materias primas que les permitan brindar un mejor servicio al cliente y ampliar la apertura de establecimientos, lo que generarían más fuentes de empleo. Lo planteado en las interrogantes expuestas de la investigación, fueran dilucidadas por medio de un estudio de campo.

Es de mencionar como antecedente la Teoría del Reforzamiento de Frederic Skinner y su aporte en los incentivos tributarios del sector turístico y hoteleros de la provincia de Tungurahua, tiene como base de esta teoría la fundamentación de la conducta de las personas se ve afectada por los reforzamientos positivos y negativos conocidos como incentivos o castigos respectivamente. El tema de investigación se apoyó en la teoría de Skinner, debido a que la creación de incentivos tributarios busca que se incremente y permanezca las empresas del sector Turístico y Hotelero, por lo tanto, al establecer un estímulo positivo, en este caso un incentivo tributario que vendría a ser como un premio para las empresas que se mantengan en funcionamiento, lo que ocasionaría que la economía de la provincia incremente.

De acuerdo con Cloninger (2003), publicó que, “B.F. Skinner propuso una teoría de la conducta basada en los principios de reforzamiento. Esta teoría describe cómo influyen en la conducta los efectos, conocidos popularmente como recompensa y castigo” (p. 279).

Lo anterior quiere decir, que la creación de incentivos tributarios busca que se incremente y permanecen las empresas del sector Turístico y Hotelero, por lo tanto, al establecer un estímulo positivo, en este caso un incentivo tributario. Asimismo, Bobadilla (2010) planteó que:

El conductismo de Skinner fue edificado completamente sobre los andamiajes del cientificismo del siglo XIX. En el año 1945, cuando la revista femenina Ladies's Home Journal se ocupó de un invento de Skinner conocido como "la cuna de aire". Para entonces Skinner ya había publicado en 1938 su libro "La conducta de los organismos". Finalmente, los hombres podemos decidir mediante el juicio, que es un procesamiento de información, un evento interno mucho más complejo que el simple manejo de estímulos externos (p. 50-51).

Según los postulados de Skinner, la conducta es un procesamiento de información, un evento interno mucho más complejo que el simple manejo de estímulos externos, para lo que el autor mencionado, describe como repercute en la conducta de las personas los estímulos ya sean estos para la recompensa o para el castigo. Para Rodríguez (2020):

A partir de los estudios de Skinner, se desarrolló el conocido condicionamiento operante el cual, a través de experimentos con animales, se quería comprobar las conductas del ser humano puesto que las causas de las acciones traen consigo consecuencias. A partir de este acontecimiento se origina la teoría del reforzamiento la cual hace referencia a que el comportamiento de los seres humanos puede ser condicionados o modificados a través del empleo de una serie de estímulos conocidos como refuerzos que pueden clasificarse en dos tipos los positivos y los negativos (p. 16).

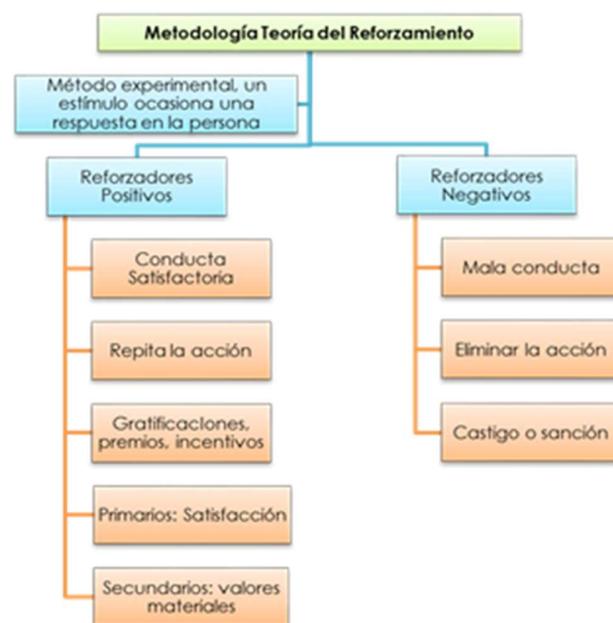
La cita anterior se refiere a la conceptualización de teoría del reforzamiento a que el comportamiento de los seres humanos puede ser condicionados o modificados a través del empleo de una serie de estímulos conocidos como refuerzos que pueden clasificarse en dos tipos los positivos y los negativos. Según Rovira (2020):

Los reforzamientos impartidos por este autor, traen como consecuencia que las conductas de las personas siempre se encuentren influenciadas por los varios factores externos, es así que en lo referente a la conducta del contribuyente un refuerzo positivo sería un incentivo el cual contribuye a que los contribuyentes repitan las actividades, lo cual trae como consecuencia el crecimiento de la economía; caso contrario el refuerzo negativo vendrían a ser las sanciones o multas a las cuales enfrentan los contribuyentes por no cumplir en el tiempo establecido con sus deberes y obligaciones, con lo que se busca eliminar este comportamiento (p. 81).

El premio para las empresas es que los flujos de dinero se mantengan dentro de las organizaciones y sean destinados para el desarrollo de sus actividades, es así que al premiar la conducta de los contribuyentes del sector turístico se busca principalmente que aumenten las personas que se dediquen al Turismo, ya que si se crean más empresas los ingresos de esta fuente se elevarán y con ello contribuirá al PIB turístico de la provincia de Tungurahua.

En definitiva, el postulado del autor afirma que la conducta de los contribuyentes es condicionada, puesto que si son incentivados repetirá las acciones, mientras que si son castigos procurará eliminar o ya no repetir las acciones.

Figura 1
Metodología de la Teoría del Reforzamiento de Skinner



Fuente: Información tomada de Bobadilla (2010).

Metodología

La metodología utilizada en este trabajo fue de tipo cualitativo el enfoque de la investigación es mixto, el tipo de investigación es descriptiva y explicativa, el diseño es no experimental y la modalidad es una investigación documental y de campo. Para ello se hizo una revisión documental, bibliográfica, en la que se determinó que los incentivos tributarios representan premios para los contribuyentes que colaboran al crecimiento del sector Turístico y Hotelero, pues a partir de la

exoneración, deducción, crédito tributario u otro beneficio tributario referente al Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado o Impuesto a la Salida de Divisas.

Los contribuyentes pueden reinvertir los valores destinados al pago de impuestos, adquirir materias primas que les permitan brindar un mejor servicio al cliente y ampliar la apertura de establecimientos lo que generarían más fuentes de empleo. Se aplicó un instrumento de investigación con 353 encuestas dirigidas a los contribuyentes que integran los cinco sectores de las actividades turísticas de la provincia de Tungurahua conformado por los cantones de Ambato, Baños, Pelileo, Mocha, Patate, Quero, Cevallos, Tisaleo y Pillaro.

La población comprende todos los miembros de un grupo. Suele ser costoso y requiere gran inversión de tiempo evaluar a toda la población de interés ya que se debe tener identificada a la población y a sus miembros para conformar una muestra y generalizar los resultados a toda la población (Cruz, Olivares, & González, 2014, p. 128), repartidos entre los nueve cantones, cuya actividad económica está relacionada con el Sector Turístico y Hotelera.

Para determinar la población se tomó como base los datos de la página web del SRI, en donde se

observó que existe 4410 contribuyentes activos con RUC (Ver Tabla 1).

Seguidamente, para determinar la muestra estadística se utilizó la muestra finita:

Una muestra estadística es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el

universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso (López & Fachelli, 2015, p. 6).

Es así que en la presente investigación se utilizó la fórmula de la muestra finita, que se aplicó al total de la población, en este caso a las 4410 empresas del sector Turístico y Hotelera de la provincia de Tungurahua. La fórmula que se empleó fue:

$$n = \left[\frac{Z^2 * N * P * Q}{(e^2 * (n - 1)) + (Z^2) * (P * Q)} \right]$$

Donde:

- N = Población
 - P = Probabilidad de ocurrencia
 - Q = Probabilidad de no ocurrencia
 - E = Error de muestreo
 - Z = Nivel de confianza
- Aplicación de la fórmula
- N = 4410
 - P = 0,5
 - Q = 0,5
 - E = 0,05
 - Z = 1,96

CONTRIBUYENTES REGISTRADOS		
ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO Y HOTELERÍA		
PROVINCIA DE TUNGURAHUA		
CANTONES	# CONTRIBUYENTES	PORCENTAJE
AMBATO	2864	65%
BAÑOS	765	17%
SAN PEDRO PELILEO	296	7%
SANTIAGO PILLARO	185	4%
PATATE	108	2%
CEVALLOS	72	2%
QUERO	52	1%
TISALEO	37	1%
MOCHA	31	1%
TOTAL	4410	100%

Tabla 1. Población de los contribuyentes

Fuente: Para la obtención de los datos se procedió a tomar la información de (SRI, 2020)

$$n = \left[\frac{1,96^2 * 4410 * 0,5 * 0,5}{(0,05^2 * (4410 - 1)) + (1,96^2) * (0,5 * 0,5)} \right]$$

$$n = 353,45 = 353 \text{ contribuyentes}$$

CONTRIBUYENTES REGISTRADOS		
ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO Y HOTELERÍA		
PROVINCIA DE TUNGURAHUA		
ACTIVIDADES	# CONTRIBUYENTES	PORCENTAJE
ALOJAMIENTO	15	4,15%
TURISMO	44	12,40%
ALIMENTOS Y BEBIDAS	292	82,59%
TRANSPORTE	3	0,86%
TOTAL	353	100,00%

Tabla 2. Muestra por el tipo de actividad

Fuente: Información tomada de Servicio de Rentas Internas (2020)

En cuanto a las variables del estudio se determinaron, Incentivo tributario y sector turístico

a fin de detallar la situación actual de los incentivos tributarios a recibir por las empresas turísticas de la provincia de Tungurahua (Ver Tabla 3 y 4).

Para la comprobación de la hipótesis se hizo uso de estadístico descriptivo conocido como Chi-cuadrado (X^2), según (Mendivelso & Rodríguez, 2018):

La X^2 es una prueba de libre distribución (no paramétrica) que mide la discrepancia entre una distribución de frecuencias observadas y esperadas. Dentro de sus características generales, la prueba X^2 toma valores entre cero e infinito y no tiene valores negativos porque es la suma de valores elevados al cuadrado (p. 93).

Se empleó la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

X^2 = el valor calculado de Chi – cuadrado

O_i = frecuencias observadas

E_i = frecuencias esperadas

Una vez aplicadas las fórmulas con el resultado obtenido se procedió a verificar en la tabla de distribución de Chi – Cuadrado, considerando un margen de error mínimo aceptable de 0.05. En cuanto al nivel de significancia contribuye a obtener un análisis más completo de los resultados estadísticamente considerados que servirán para tomar una decisión una vez verificada la hipótesis planteada.

De esta manera, para la presente investigación se empleó un nivel de significancia del 5%, por lo tanto, el nivel de confianza será del 95%, de tal manera que el nivel de significancia representará el error que se pueda cometer al rechazar la hipótesis nula siendo verdadera.

Nivel de significancia: 0.05

Grados de Libertad: $GL = (\text{filas} - 1) (\text{columnas} - 1)$

$GL = (5-1) (4-1)$

$GL = 12$

Se acepta la hipótesis nula si el valor a calcularse de X^2 es menor al valor de X^2 tabla = 21,0261; caso contrario se rechaza (Ver Tabla 5).

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Incentivo Tributario (Cando & Silvia, 2010) “Son el conjunto de concesiones tributarias que benefician de manera particular a algunos contribuyentes, actividades, regiones, etc. y tienen por objetivo financiar políticas llevadas a cabo por el Estado. Podemos también definir como un estímulo que el Sistema Tributario otorga u ofrece a una persona, grupo o sector de la economía con el fin de promover la creación de empresas” (p.10-11).</p>	Incentivo Tributario	<p>Conocimiento de los incentivos tributarios = (#contribuyentes que conoce/ total de contribuyentes) * 100</p>	<p>¿Conoce usted la existencia de exenciones e incentivos en el aspecto tributario, en relación directa con el sector Turístico y Hotelero?</p>	
	Tributación	<p>Número de Incentivos Tributarios = Determinación de los incentivos tributarios por impuestos</p>	<p>¿De los siguientes incentivos tributarios, señale si aplica o los conoce?</p>	<p>Técnica: Observación, encuesta y revisión documental Instrumento: Cuestionario, normativa tributaria</p>
		<p>Beneficios de los incentivos tributarios = (# beneficio mayor / # total beneficios) * 100</p>	<p>¿Para qué cree usted que sirven los incentivos tributarios en el desarrollo económico de un país?</p>	
	Normativa tributaria	<p>Normativas Tributarias existentes= (Personas capacitadas /total contribuyentes) * 100</p>	<p>¿Ha recibido capacitaciones sobre temas tributarios relacionados con sector Turístico y Hotelero, en el último año?</p>	
	Normativa tributaria	<p>Cambios en las normativas= (Medio mayor difusión/ todos los medios)*100</p>	<p>¿A través de que medios usted se informa sobre las leyes, actualizaciones, reglamentos y códigos que rigen en la Administración tributaria?</p>	

Tabla 3. Operacionalización de la Variable Independiente

Fuente: Propia (2020).

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Sector Turístico De acuerdo con Ramos (2017) “es un sector económico en la economía de un territorio. Este hace referencia al sector que engloba a todas las empresas relacionadas con el turismo. Es decir, empresas de hostelería, transporte y restauración” (p.40).</p>	Sector Turístico/ Hotelero	N° de empresas del Sector = # de empresas con mayor permanencia en el mercado	¿Qué tiempo usted mantiene la empresa en el mercado Turístico y Hotelero?	<p>Técnica: Observación, encuesta y revisión documental Instrumento: Cuestionario, normativa tributaria</p>
	Empresas Turísticas/ Hoteleras	Productividad de empresas = determinación del número de empresas del sector	¿Qué actividades empresariales relacionadas con el sector Turístico realiza usted?	
		Porcentaje de participación = (empresas del sector turístico/ total empresas) * 100	Actividad relacionada con	
	Desarrollo económico	Productividad de las empresas= el aspecto que existe mayor desarrollo	¿Considera usted que en los últimos tres años el sector Turístico y Hotelero se ha desarrollado en qué aspectos?	
		Porcentaje de contribución = (contribuyentes SI/total contribuyentes) * 100	¿Cree usted que los incentivos tributarios contribuyen al crecimiento empresarial?	

Tabla 4. Operacionalización de la Variable Dependiente

Fuente: Propia (2020).

Nivel de significancia:	0.05
Grados de Libertad:	GL = (filas -1) (columnas - 1)

Se acepta la hipótesis nula si el valor a calcularse de X^2 es menor al valor de X^2 tabla = 21,0261; caso contrario se rechaza.

Tabla 5. Prueba Chi – Cuadrado SPSS
Fuente: Propia (2020).

Fuente: Propia (2020).

Resultados y Discusión

Del análisis de las variables estudiadas se consideró las que pueden representar mejor la situación actual de los incentivos tributarios en actividades de empresas turísticas y hoteleras de la provincia de Tungurahua. Según los datos arrojados por la encuesta sobre el Tipo de Contribuyente con relación a ¿Conoce usted la existencia de exenciones e incentivos en el aspecto tributario, en relación directa con el sector Turístico y Hotelero?

Análisis e interpretación: De los 353 contribuyentes encuestados, el 54% conoce la existencia de incentivos en el aspecto tributario en relación directa con el Sector Turístico y Hotelero, mientras que el 46% desconoce del tema. En contraste con los resultados, se evidencia que la mayoría de los contribuyentes encuestados conocen de la existencia de incentivos tributarios, pues consideran que esta es la manera en que el gobierno apoya a las actividades de los pequeños y grandes empresarios.

Figura 2
 Conocimiento existencia Incentivos Tributarios



Figura 3
 Uso de Incentivos Tributarios Vigentes



Fuente: Propia (2020).

Análisis e interpretación: De los 134 contribuyentes que aplican incentivos, el 25% aplica el incentivo tributario relacionado con el IVA, el 23% aplica el incentivo tributario vinculado con el turismo receptivo, el 12% aplica incentivos tributarios relacionados con los gastos de publicidad. Mientras que los incentivos que menos se aplican en las actividades desarrolladas por las empresas Turísticas y Hoteleras, son los incentivos para nuevos emprendimientos, deducciones discapacitadas y por planificación tributaria. Como es evidente los contribuyentes aplican incentivos en su mayoría los relacionados con el Impuesto al Valor Agregado (IVA), debido a que este es el más conocido y por ende su aplicación es viable para los contribuyentes del sector, además que este impuesto se lo realiza mes a mes.

Figura 4
Aplicación beneficios de Empresas



Fuente: Propia (2020).

Análisis e interpretación: De los 134 contribuyentes que aplican incentivos tributarios, el 38% menciona que beneficia a su empresa porque se da un incremento de activos y mejora de la infraestructura, el 32% menciona que su empresa se beneficia debido a que se reduce el pago de impuestos y el 30% considera que su empresa se beneficia porque se incrementa la productividad e innovación. De acuerdo con los resultados los contribuyentes afirman que la aplicación de los incentivos contribuye al incremento de activos que mejoraran la producción de las empresas y esta innovación permitirá que se mejore la infraestructura para con ello el crecimiento sea cada vez mayor.

Figura 5
Volumen de Ventas empresas Turísticas y Hoteleras de Tungurahua.



Fuente: En figura se presenta el comportamiento del monto total de ventas de las empresas durante el periodo 2018-2019 (SUPERCIAS, 2021).

Como se observa el comportamiento de las ventas para el año 2019 presenta un retroceso en comparación con las ventas del año 2018, en

consecuencia, ha existido una disminución de ventas en un 4%, lo cual se debe principalmente al cierre de varios establecimientos del sector combinado con otros factores que disminuyen la permanencia de las empresas en el mercado. En cuanto a los valores correspondiente a incentivos tributarios generados por las empresas del sector y presentados en los formularios de declaración, se puede apreciar valores de exoneraciones, exenciones, crédito tributario, gastos deducibles que se presenta a continuación:

Tabla 6. Detalle de incentivos de empresas Turísticas y Hoteleras de Tungurahua

INCENTIVO AL IMPUESTO QUE AFECTA	VALORES \$	
	AÑO 2018	AÑO 2019
Impuesto a la Renta	\$935.020,45	\$781.355,02
Impuesto al Valor Agregado	\$92.777,52	\$45.553,30
TOTAL	\$1.027.797,97	\$826.908,32

Fuente: En la tabla se aprecia el valor total de incentivos del periodo 2018-2019 (SRI, 2021)

Conclusiones

De los resultados presentados en la investigación se concluye que el sector Turístico y Hotelero de la provincia de Tungurahua, es un sector de suma importancia y que genera ingresos para las pequeñas y medianas empresas y así como es un generador de fuentes de empleo para los ciudadanos que desarrollan actividades que complementen la actividad turística, de esta manera resulta importante fortalecer la difusión y aplicación de los incentivos

tributarios, con el objetivo de impulsar el desarrollo y crecimiento económico.

En cuanto a la investigación bibliográfica, se determinó que los incentivos tributarios representan premios para los contribuyentes que colaboran al crecimiento del sector Turístico y Hotelero, pues a partir de la exoneración, deducción, crédito tributario u otro beneficio tributario referente al Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado o Impuesto a la Salida de Divisas.

Los contribuyentes pueden reinvertir los valores destinados al pago de impuestos, adquirir materias primas que les permitan brindar un mejor servicio al cliente y ampliar la apertura de establecimientos lo que generarían más fuentes de empleo. En lo referente a la aplicación del instrumento de investigación con 353 encuestas dirigidas a los contribuyentes que integran los cinco sectores de las actividades turísticas de la provincia de Tungurahua conformado por los cantones de Ambato, Baños, Pelileo, Mocha, Patate, Quero, Cevallos, Tisaleo y Pillaro, y una vez analizado mediante el programa estadístico, en cuanto al conocimiento de los incentivos tributarios el 54% manifestó que conoce la existencia de estos beneficios tributarios directos con el sector, pero por el desconocimiento de aplicabilidad no se practica en algunos casos por parte de los empresarios y/o contadores; respecto al aporte de los incentivos al sector, el 35% considera que los beneficios tributarios

apoya a la generación de más fuentes de empleo, lo cual ocasiona el desarrollo y crecimiento del sector.

En definitiva, el desarrollo de un modelo metodológico basado en el autor base, permitirá que los incentivos tributarios para los contribuyentes del sector Turístico y Hotelero de la provincia de Tungurahua mejore, la base tributaria que ayuda a estimar el valor monetario de los incentivos tributarios en lo referente a los impuestos aplicables al sector coadyubara a mejorar los niveles de ingresos, generación de inversión, .apertura de nuevos emprendimientos y sobre todo un nivel de vida mejor a los sectores vulnerables.

Referencias

- Acosta, C., Benavides, I., & Terán, B. (2016). Fundamentos Contables Básicos. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense* 16(1), 677-710.
- Antuña, B. (2012). Manual práctico de derechos del consumidor en el sector turístico. Oviedo: Septem Ediciones.
- Arias, F. (2012). El proyecto de Investigación, Sexta Edición. Caracas: Editorial EPISTEME C.A.
- Barra, P., & Jorratt, M. (2002). Medición del gasto tributario en Chile, Documento presentado en el Seminario Regional de Política Fiscal. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. Documento en línea. Disponible: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/34875?locale-attribute=es>
- Bobadilla, D. (2010). El Conductismo, Orígenes, Trayectoria y Significado. México: ResearchGate. Documento en línea. Disponible: https://www.researchgate.net/publication/266261125_EL_CONDUCTISMO_ORIGENES_TRAYECTORIA_Y_SIGNIFICADO
- Calero, F. (2007). Contabilidad de la empresa turística. Madrid: Mc-Graw Hill.
- Cloninger, S. (2003). Teorías de la personalidad. México: Pearson.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2019). Los incentivos fiscales a las empresas en América Latina y el Caribe. Santiago: Naciones Unidas. Documento en línea. Disponible: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/44787/S1900605_es.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe 2019*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Documento en línea. Disponible: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/44516/S1900075_es.pdf
- Ortega, J., Piraquive, G., Hernández, G., Soto, C., Prada, S., & Ramírez, J. (2000). Incidencia fiscal de los incentivos tributarios. *Revista Planeación y Desarrollo. Planeación y Desarrollo* 16(3-4), 289-330.
- Rivadeneira, F. (2008). Procedimiento tributario año 2002. Quito: Sismos.
- Rodríguez, A. (7 de Septiembre de 2020). Teoría del reforzamiento de Skinner: bases y ejemplos. Documento en línea. Disponible: <https://www.lifeder.com/teoria-reforzamiento-skinner/>
- Rovira, I. (2020). La teoría del reforzamiento de B. F. Skinner. Documento en línea de Psicología y Mente. Disponible: <https://psicologiymente.com/psicologia/teoria-reforzamiento-skinner>.
- Salvatierra, R., Castro, V., & Echalar, C. (2012). Política monetaria y política fiscal en Bolivia. Argentina: B-EUMED.

Sancho, A. (2018). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Servicio de Rentas Internas, SRI. (2021). *Manual de Gasto Tributario 2019*. Quito: Departamento de Estudios Fiscales. Documento en línea. Disponible:

<file:///C:/Users/jenny/Downloads/Manual%20de%20Gasto%20Tributario%202019-1.pdf>

Zamora, Y. (2018). La evasión tributaria y su incidencia en la economía del Ecuador, 2010-2014 26(50). *Quipukamayoc*, 21-29.