



**LA CONTABILIDAD Y CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DE
MERCADOS POPULARES**
ACCOUNTING AND TAX CULTURE IN MERCHANTS OF POPULAR MARKETS

Maria Jessenia Alcivar Mero¹, Paola Estefania Balseca Macias², Homero Manuel Ferrin Schettini³

Universidad del Zulia^{1,2} Venezuela

jessenialcivar@hotmail.com¹, pbalseca32@gmail.com², homeromanuelferrin@hotmail.com³

Maria Jessenia Alcivar Mero¹ <https://orcid.org/0000-0002-6550-0167>

Paola Estefania Balseca Macias² <https://orcid.org/0000-0001-8412-1616>

Homero Manuel Ferrin Schettini³ <https://orcid.org/0000-0002-5876-4607>

Recibido: 05/ 09 /2022

Aceptado: 27/ 10 /2022

Código clasificación JEL: F10, H25, H26, M, R1

RESUMEN

Los mercados constituyen un conglomerado esencial para la comercialización de diversos productos y servicios, razón por la cual los comerciantes requieren conocer las nociones básicas sobre la contabilidad de su negocio y tener cultura tributaria. En este sentido, el objetivo de este estudio es identificar el conocimiento contable y la cultura tributaria de los comerciantes de los mercados populares de Manta provincia de Manabí, Ecuador. Se asumió la metodología de la investigación mediante el paradigma cuantitativo, con un alcance descriptivo, un diseño de campo y de tipo documental, aplicando encuestas a los trabajadores del comercio. Entre los principales resultados, se evidencia que el 92% de los comerciantes tienen desconocimiento de temas tributarios y contables. En función a esto, se concluye que se requiere de capacitación sobre estas temáticas, asimismo intensificar la participación y difusión a través de la educación.

Palabras clave: Cultura tributaria, Contabilidad, impuestos, actividad económica regional: crecimiento, desarrollo y cambios, generalidades.

ABSTRACT

Markets are an essential conglomerate for the marketing of various products and services, which is why traders need to know the basics of business accounting and have a tax culture. In this sense, the objective of this study is to identify the accounting knowledge and tax culture of traders in the popular markets of Manta, province of Manabí, Ecuador. The research methodology was assumed through the quantitative paradigm, with a descriptive scope, a field design and documentary type, applying surveys to trade workers. Among the main results, it is evident that 92% of the traders have no knowledge of tax and accounting issues. Based on this, it is concluded that training on these topics is required, as well as intensifying participation and dissemination through education.

KEY WORDS : Tax culture, Accounting, taxes, regional economic activity: growth, development and changes, general information

INTRODUCCIÓN

Es indudable, que la contabilidad no solo permite evidenciar el pasado y el presente de un negocio o empresa, sino también prevé el futuro, considerándose premisa interesante dentro de la planificación y organización. Del mismo modo, el proceso contable facilita el control financiero y la toma de decisiones empresariales asertivas todo esto con la particularidad que se conozca con antelación lo que puede suceder. Desde esta cosmovisión, la tendencia mundial de los comerciantes en los mercados populares está signada por la contabilidad que implica el registro de operaciones mercantiles, el manejo de todas las transacciones realizadas. Por consiguiente, el comercio se ha venido desarrollando de manera progresiva, de modo que constituye una alternativa de base para su crecimiento y productividad ante los desafíos del entorno.

No obstante, en Ecuador en los diferentes mercados, todavía prevalecen negocios donde se compran y venden productos de consumo masivo, sin llevar un registro de ingresos y egresos como lo establece el Servicio de Rentas Internas (SRI). Sobre esto en particular, no se emiten facturas por los productos adquiridos, esta situación indica que los comerciantes no tienen un control de sus ventas, razón por la cual desconocen las ganancias producto de su inversión. En consecuencia, converge la ausencia de una cultura tributaria, esto se traduce que los ciudadanos no cumplen con sus obligaciones en materia de tributos.

Esta realidad planteada, acontece en los mercados populares de la provincia de Manabí, en los cuales se evidencia como problemática el desconocimiento de los comerciantes sobre las nociones básicas de contabilidad y el pago de impuestos por la escasa cultura tributaria que repercute en la rentabilidad de su negocio. De lo antes expuesto, se estableció como objetivo identificar el conocimiento contable y la cultura tributaria en los comerciantes de los mercados populares de Manta provincia de Manabí, Ecuador.

En función a todo lo antes mencionado, se considera relevante esta investigación, porque la actividad comercial que genera ingresos, al llevar la contabilidad se desprende la tributación que colabora al crecimiento y desarrollo económico del país. En la búsqueda de este progreso, la cultura tributaria juega un rol importante que beneficia al Estado y a los comerciantes.

Por su parte, Soto (2016) afirma que la cultura tributaria se entiende como un compendio de conocimientos, valores y actitudes compartidos en relación a la tributación y sus leyes, para su cumplimiento voluntario y permanente, en base a la ética personal de contribuyentes y los funcionarios de la administración tributaria. Esto indica que cada comerciante pueda tomar conciencia de la significación que implica dar cumplimiento

con su registro contable y obligaciones tributarias, lo que conlleva a disminuir la evasión de impuestos. En efecto, los ciudadanos deben conocer la importancia que tienen los impuestos para el Estado, con la finalidad de evitar el fraude fiscal (Comín, 2018).

En este sentido, la conducta tributaria hace referencia al comportamiento que han manifestado los ciudadanos en relación al pago de los impuestos o tributos. Cabe indicar, que la conducta tributaria de los comerciantes de los mercados populares de la provincia de Manabí, no ha sido la más adecuada, porque evaden los impuestos por la ausencia de cultura tributaria y también por el desconocimiento hacia donde se dirigen el dinero recaudado generado por el pago de tributos; del mismo modo, otras debilidades se perciben por los continuos cambios de ley y de gestión (Zamora, 2018).

De ahí, que los comerciantes comprendan que tener una adecuada administración de su negocio, dar cumplimiento a sus obligaciones tributarias, les beneficiaría para obtener créditos en instituciones financieras, por tanto, una certera toma de decisiones. Al respecto, el fomento de la cultura tributaria, incrementaría el crecimiento económico de la provincia de Manabí. Sobre esto en particular, surgen la necesidad de emprender mecanismos de acción como la sensibilización y capacitación que conlleven al empoderamiento de la importancia de la contabilidad y la cultura tributaria en los comerciantes.

Dentro de esta perspectiva, cualquier comercio debe poseer los registros contables financieros porque forman parte de las exigencias jurídicas y son el asiento para la toma de decisiones, además permiten mantener el control y orden de la actividad económica que se desarrolla en los mercados, estas ventajas son una herramienta para tener una mejor visión de su negocio con mayor propiedad (Abolacio, 2018). Frente a este panorama, la contabilidad hace falta con todo el rigor que la norma exige en cualquier negocio requiriéndose de un sistema contable mínimo, sencillo, que facilite el control de los recursos, llevar un inventario, un registro de cuentas por cobrar, control de las ventas y gastos, en fin, un balance general en la que se preparen los estados financieros y asientos de cierre.

En Ecuador el registro de operaciones o transacciones tiene su fundamento en el Código de Comercio (2019), para tal fin expresa en su artículo 13, los deberes de los comerciantes, que indica: “Llevar de manera ordenada, la correspondencia que refleje sus actividades comerciales”, estos compendios hacen alusión al uso de libros contables, que forman parte de las exigencias de la normativa ecuatoriana, los mismos deben ser legalizados en el Registro Mercantil.

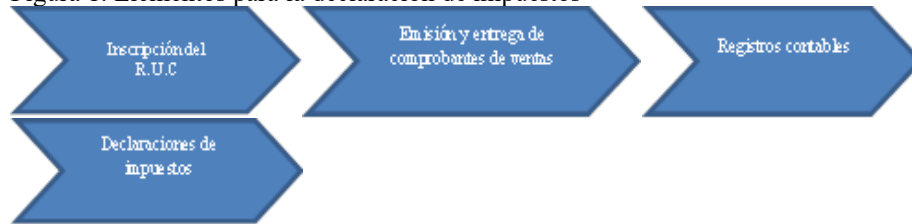
Ahora bien, la tributación es un deber de cada persona, no es solo un compromiso fiscal, que implica una actitud tributaria responsable, que debe ser tratada como un aspecto de responsabilidad ciudadana. Esta mirada, conlleva a dilucidar que la cultura tributaria es la guía que todo comerciante debe tener para despejar sus dudas inherentes al control de su registro contable, que incluyen los ingresos y egresos, sin tener que pagar multas, clausuras del negocio o comercio e intereses por el retraso en sus declaraciones de impuestos.

Es necesario mencionar que los tributos constituyen una fuente de ingresos económicos de los países, cobra aquí vigencia que es realmente representativo en el comercio, en la actualidad provienen de él mayores transacciones financieras. Desde este punto de vista, los comerciantes deben estar conscientes de esa particularidad y así pagar lo que le corresponde en materia tributaria. Se hace alusión que el tributo es establecido en virtud de una ley, fundamentada al aforismo “Nullum Tributum Sine Lege”, esto indica que no hay tributo sin ley que lo anteceda (Bencomo, 2018). Del mismo modo, señala el citado autor, que los

tributos se pueden definir como actividad que se utiliza para obtener recursos, administrarlos y usarlos en los gastos previstos y calculados presupuestariamente. Esto se complementa, con la concepción de tributar, definida como: “Contribuir al Estado, como un compromiso y una obligación ciudadana, con el pago de impuestos en dinero, especies o servicios que servirán para financiar la satisfacción de necesidades sociales, es decir, para ayudar a la economía nacional” (Servicio de Rentas Internas, 2012, p.13).

El cumplimiento de los deberes tributarios constituye una obligación ciudadana. Desde este contexto, uno de los principales deberes radica en inscribirse en el Registro Único del Contribuyente (RUC) con su actualización respectiva; de igual manera, es indispensable la emisión de los comprobantes de ventas, una vez realizada la actividad económica. Por otra parte, los registros contables deben llevarse de manera que le facilite al contribuyente verificar los ingresos y gastos producto de la actividad comercial que realizan; todo esto con el propósito de presentar las declaraciones de acuerdo a las fechas que emite la Ley (Del Pezo, 2020), elementos que se sintetizan en la siguiente figura 1.

Figura 1. Elementos para la declaración de impuestos



Fuente: Elaboración Propia (2022).

Al respecto, la responsabilidad ciudadana constituye el cumplimiento de leyes y normas dirigidas a propiciar el bien común, concatenada con el acato de los deberes y obligaciones tributarias. Desde este punto de vista, converge que, en algunas naciones la cultura tributaria se concibe como una política, con la particularidad que cada país tiene un programa diferente, además son incorporadas estrategias que apuntan hacia la conciencia de los ciudadanos y su deber moral con la sociedad (Bonilla, 2014). Desde esta visión, las políticas tributarias incentivan la creación de mecanismos equilibrados, necesarios para el desarrollo del sector económico con el propósito de impulsar la inversión (Segura y Segura 2017).

Desde esta perspectiva, en la Constitución de la República del Ecuador (2008) los Art. 26 y 27 respectivamente, expresan que la educación es un derecho imprescindible para el desarrollo de los ciudadanos, debido a que apoya la formación holística donde se fortalecerá el progreso integral; es necesario, que las personas tengan el derecho de obtener conocimientos y el compromiso de superar las condiciones. En consonancia, con los aportes mencionados es prioritario educar y formar para cambiar la noción y visión que los comerciantes poseen, en relación con la manera o modo que realizan para cumplir con sus deberes tributarios, estas presunciones constituyen un factor primordial dentro de los objetivos que integran la responsabilidad ciudadana, en la que se trabaja para conseguir una ciudadanía capacitada y con pensamiento crítico requerido para desempeñar adecuadamente la actividad, como garante de los beneficios que esta alternativa genera a los negocios y a la sociedad (Calán y Moreira, 2018).

Frente a este horizonte, al promulgarse la Ley para la equidad tributaria, el SRI ha enfatizado que los niños y jóvenes adquieran una cultura tributaria, como resultado asuman desde la temprana edad el valor de la responsabilidad ciudadana con la nación por medio del pago de sus tributos, sin embargo, es de mencionar que las actividades que planifica el SRI a los contribuyentes, no sean solo prácticas, sino debe estar

Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manta, Ecuador.

https://revistas.uileam.edu.ec/index.php/business_science

Licencia de Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

direccionadas a culturizar a esta población de acuerdo a su edad o nivel de formación académica (Informe de la Comisión Económica para América Latina, 2018). Esta mirada, conlleva a dilucidar que la cultura tributaria es la guía que todo comerciante debe tener, para despejar sus dudas inherentes al control de su registro contable, que incluyen los ingresos y egresos, sin tener que pagar multas, clausuras del negocio o comercio e intereses por el retraso en sus declaraciones de impuesto.

METODOLOGÍA

El presente estudio se enmarcó en el paradigma cuantitativo, razón por la cual se fundamentó en datos numéricos y estadísticos, basada con los aportes de Hernández y Mendoza (2018), los investigadores estudian la realidad en su contexto natural, tal como sucede, intentando sacar sentido para interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación tuvo un alcance de corte descriptivo, en la que Gallardo (2017), señala que: “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 53). En función a esto, se concibe para caracterizar la contabilidad, los registros contables, la cultura tributaria, en relación a la mejora de los procesos administrativos que generen impacto positivo en los comerciantes que hacen vida en los mercados.

De la misma manera, se tomó en consideración la revisión bibliográfica, inherente con la investigación documental, elementos que constituyeron el escenario para el apoyo de fuentes electrónicas y otros documentos, concatenados con el eje temático objeto de la investigación; de acuerdo a este enunciado, se consideraron los artículos, textos, revistas tanto nacionales como internacionales, que forman parte de diversas y reconocidas editoriales.

Vale destacar, que se utilizó el tipo de investigación de campo, la misma consistió en obtener los datos de fuentes primarias directamente de la realidad, en los mercados, esenciales para el logro de objetivos. Para tal fin se realizó como indican Palella y Martins (2017), “sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes” (p. 31).

De este modo, la población estuvo conformado por 350 comerciantes de los mercados populares de la provincia de Manabí, por lo que se realizó un muestro estadístico para la obtención de la muestra, estimándose 184 personas, propiciando de esa manera indagar sobre la cultura tributaria y la contabilidad que manejan la población descrita. En función a eso se utilizó la siguiente fórmula:

$$n=NE (N-1)+1$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población.

E= Error de muestra

$$n=NE (N-1)+1 =350(0,05). (350-1)+1= 184$$

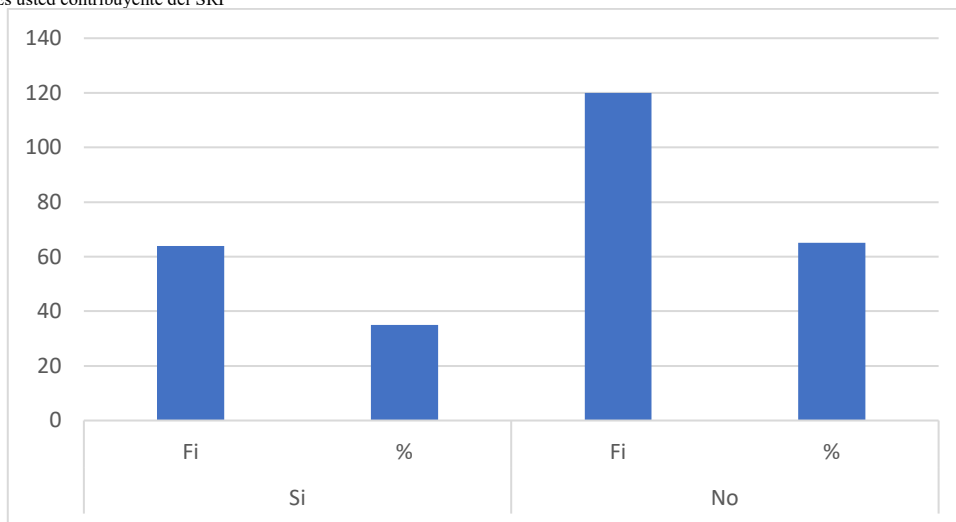
Para la recolección de la información se aplicaron encuestas, su tabulación se realizó con el programa estadístico Microsoft Excel, donde la información se convirtió en datos y gráficos, lo que facilitó la comprensión y el análisis de los datos estadísticos.

RESULTADOS

En este segmento, se presenta de manera organizada la información obtenida por el investigador de forma directa a través de las encuestas aplicadas a los comerciantes de los Mercados populares de la provincia de Manabí. Los datos recolectados, sirvieron de soporte y fundamento para tabular los datos mediante tablas y gráficos estadísticos. Bajo estas circunstancias, se buscó analizar e interpretar la información, a continuación, se presenta:

¿Cumple Ud. con sus obligaciones como contribuyente?

Figura 1. Es usted contribuyente del SRI

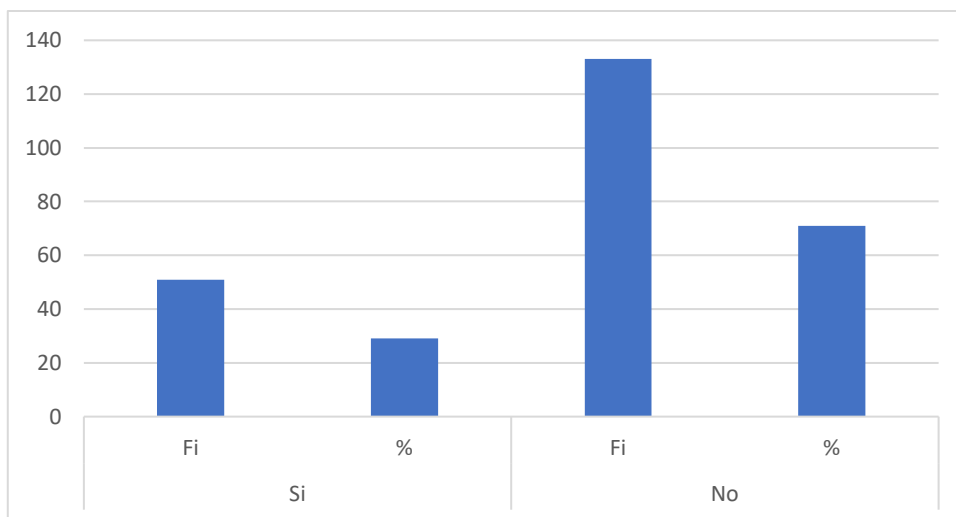


Fuente: Encuesta (2022)

Mediante la encuesta realizada a los comerciantes se pudo constatar, que el 35 % de los comerciantes cumplen con sus obligaciones como contribuyentes, mientras que el 65% no cumple con el pago de tributos, evidenciándose la ausencia de una conducta negativa en el cumplimiento del pago como contribuyente.

¿Tiene conocimiento sobre el cumplimiento de las diversas obligaciones contables y tributarias?

Figura 2. Tiene conocimiento sobre el cumplimiento de las diversas obligaciones contables y tributarias

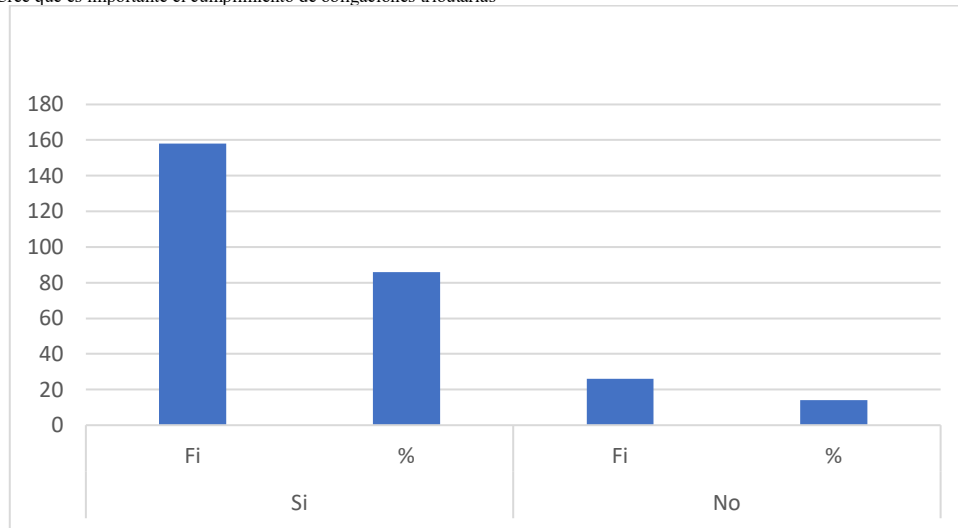


Fuente: Encuesta (2022)

Cabe señalar que el 71% de los encuestados desconoce las diversas obligaciones contables y tributarias que debe cumplir, mientras que el 29% está al tanto de las mismas, esto supone que la mayoría de ellos, no están cumpliendo adecuadamente con sus obligaciones.

¿Cree que es importante el cumplimiento de obligaciones tributarias?

Figura 3. Cree que es importante el cumplimiento de obligaciones tributarias

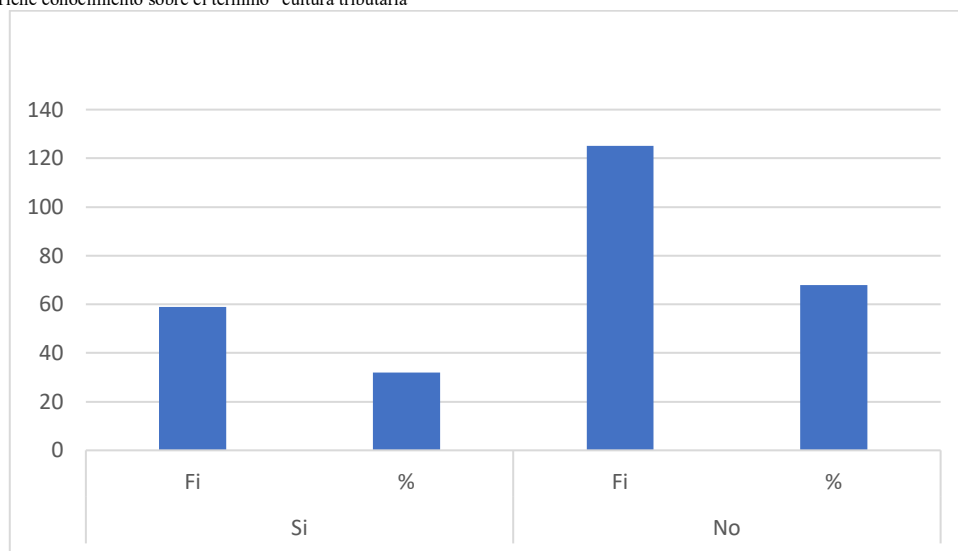


Fuente: Encuesta (2022)

Cabe destacar, la relevancia de los encuestados cuando un 86% señaló que sí es necesario el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto alude que es importante cumplir con los deberes propios de la tributación, no obstante, el 14% indicó que no es necesario cumplir con tales requerimientos, incumpliendo con la base legal.

¿Tiene conocimiento sobre el término “cultura tributaria”?

Figura 4. Tiene conocimiento sobre el término “cultura tributaria”

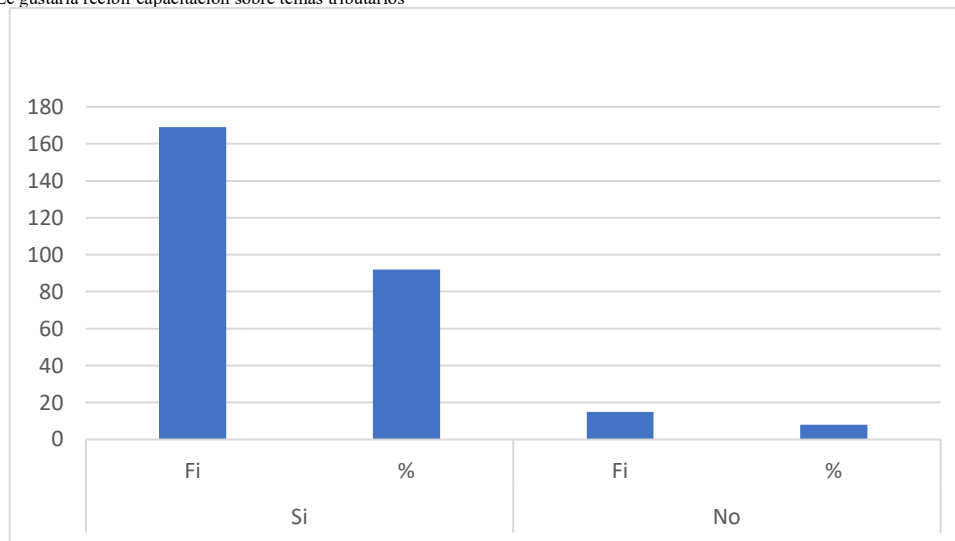


Fuente: Encuesta (2022)

El 32% de los encuestados de los mercados populares, conocen el término de cultura tributaria, mientras que el 68% no tienen conocimiento sobre ello; esto es significativo para sensibilizar y capacitar a los comerciantes, para que conozcan sus derechos y obligaciones tributarias, asuman actitudes y concepciones concernientes a la tributación, razón por la cual es importante asuman su responsabilidad social y ciudadana.

¿Le gustaría recibir capacitación sobre temas tributarios y obligaciones contables?

Figura 5. Le gustaría recibir capacitación sobre temas tributarios



Fuente: Encuesta (2022)

Es de resaltar la importancia del 92% de los comerciantes encuestados de los mercados populares, quienes requieren se les capacite en temas tributarios y contables. Mientras que el 8% indicó no estar dispuestos a recibir formación, lo que supone una predisposición para asumir la responsabilidad y el compromiso de adquirir nuevos conocimientos importantes para ser puesto en práctica en su negocio.

En consonancia con esta alternativa, es importante destacar la necesidad que tienen los comerciantes en requerir capacitación sobre obligaciones contables, evidencia que sustenta el 92% de los encuestados, mientras tanto el 8% asume no recibir tal capacitación, premisa que denota el rechazo por obtener conocimientos en relación a esta herramienta financiera, propia de cualquier negocio o comercio.

DISCUSIÓN

Los comerciantes de los mercados populares de Manta provincia de Manabí, en su mayoría refieren a que no cumplen con sus obligaciones como contribuyentes. Estos resultados se asemejan a los presentados en Perú, en los comerciantes del mercado modelo de Chulucanas, Municipalidad Provincial de Morropón (2020), también en Colombia (Camacho y Patarroyo, 2017), al manifestar una baja la contribución tributaria. Al respecto, Abanto et al. (2018), consideran que los comerciantes carecen de una conducta tributaria en el instante de cumplir con sus obligaciones y deberes. Ante esta situación, se infiere que desconocen el mecanismo de presentación y de pago de las obligaciones tributarias; además de cómo calcular sus impuestos. Al respecto, se puede acotar que el contribuyente debe enriquecer sus conocimientos y actualización en relación a la normativa vigente.

En función a esto, con respecto a si tienen conocimiento sobre el cumplimiento de las diversas obligaciones contables y tributarias, igualmente alegaron desconocimiento. Estas premisas se complementan con el

estudio realizado por Díaz (2017), cuando afirma que el conocimiento inherente al cumplimiento de las obligaciones mencionadas, implican conocer y entender elementos esenciales que integran la cultura tributaria. Ahora bien, para cumplir con estos tributos, se debe conocer lo contable que tampoco lo manejan y, por lo general, lo lleva un contador, siendo el encargado de indicar a los comerciantes este deber tributario.

A pesar de sus respuestas un mayor porcentaje de los comerciantes encuestados si creen que es importante el cumplimiento de obligaciones tributarias. Desde este contexto, Camarero (2015), afirma la importancia de partir de la valoración que tienen los ciudadanos hacer del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Para tal fin, la cultura tributaria es representativa debido que el cumplimiento de las obligaciones tributarias va en beneficio del bien común. Bajo esta concepción, a medida que el Estado reciba ingresos por concepto de tributos, la ciudadanía podrá percibir beneficios y mejores servicios públicos en pro de una mejor calidad de vida y de alcanzar la seguridad social (Soto, 2016).

Sobre el conocimiento del término “cultura tributaria”, solo la minoría lo conoce. Estos constructos, se complementan con la definición de Solórzano (2017), la cultura tributaria favorece a la responsabilidad en contra de las conductas defraudadoras, su fin no es proporcionar contenidos académicos con contenidos morales, sino de responsabilidad ciudadana. En este sentido, es imprescindible fomentar la educación tributaria en los comerciantes que despierte la conciencia hacia la cultura tributaria.

Del mismo modo, de acuerdo al binomio de variables cultura tributaria y contabilidad, concerniente a si les gustaría recibir capacitación sobre temas tributarios y obligaciones contables, los resultados son positivos porque están dispuestos a recibir formación. Al respecto, en concordancia, señala Santillán (2021) que se demuestra la falta de cultura tributaria en el mercado La Condamine de la ciudad de Riobamba y lo relevante que están dispuestos a recibir capacitación y formación. Esto les permite a los comerciantes desarrollar habilidades y destrezas para el cumplimiento de sus deberes y obligaciones legales.

Desde este juicio, es importante mencionar que la cultura tributaria constituye un entramado de posibilidades operativas, que requiere de la re-significación que propicie nuevas responsabilidades a los comerciantes en aspectos tributarios favorables, para crear conciencia, visión social y transparencia de desempeñar adecuadamente la actividad como tema de compromiso ciudadano.

En este escenario, se requiere que los comerciantes se capaciten y se eduquen de manera paulatina, no obstante, es responsabilidad del Estado difundir y desarrollar la cultura tributaria. En atención, a todo lo descrito se deben propiciar a través de organismos del Estado, como el Servicio de Rentas Internas, la difusión y promoción de la cultura tributaria, como garante de hacer cumplir los compromisos tributarios de los comerciantes. Esto conlleva, que asuman actitudes positivas, ante algunos rasgos de incertidumbre que se puedan presentar por concepto de obligación tributaria.

CONCLUSIONES

Existe ausencia de conocimiento relacionados con temas tributarios y contables por parte de los ciudadanos, corresponde al 92%, en este caso se debe intensificar las estrategias de capacitación, participación y difusión, que propicien la concienciación de los comerciantes de los mercados populares de la provincia de

Manabí, para lograr una verdadera cultura tributaria, enmarcada en los valores como: honestidad, sentido de pertenencia, responsabilidad.

Es necesaria la consolidación de una cultura tributaria como clave para que los comerciantes cumplan voluntariamente sus obligaciones, a sabiendas que un 65% de los comerciantes no lo hacen, razón por la cual se requiere la orientación, formación, asistencia y defensa de los contribuyentes.

El 68% de los comerciantes, desconocen el término “cultura tributaria” esto induce a esquematizar una propuesta emergente, que genere una conciencia civil y de corresponsabilidad para con los ciudadanos, el estado y sus deberes; todo esto con la finalidad que los comerciantes adquieran conocimientos y se sensibilicen en el uso adecuado de su práctica tributaria y herramientas contables, promoviendo una educación tributaria, con la preeminencia de crear conciencia sobre la tributación.

REFERENCIAS

- Abanto, M. Ottos, M. y Huanúco, J. (2018). Análisis de la cultura tributaria en la liquidación del impuesto a la renta tercera categoría – régimen especial en los contribuyentes de la ciudad de Pucallpa 2016. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Ucayali).
- Abolacio, M. (2018). Gestión contable. 2ª Edición. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uleam/105600?page=15>. .
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito Ecuador, Registro Oficial 449, de fecha 20 de octubre de 2008.
- Bencomo, T. (2018). La cultura tributaria como valor fundamental para el cumplimiento de los deberes tributarios. *ANUARIO*, 41, 30-45.
- Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá. *Revista UNAL*, 1(1). <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/article/download/44456/45744>
- [Camacho, A. y Patarroyo, I. \(2017\). Cultura tributaria en Colombia. \(Tesis de pregrado, Universidad Minuto de Dios\). https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- [Camarero Rioja, L. P. \(2015\). Evolución de la cultura tributaria, coyuntura económica y expectativas vitales: un estudio longitudinal, Centro de Investigaciones Sociológicas, 73, 95.](https://www.scielo.org/bo/revista/CI/2015/01/a00009/)
- [Calán, P. y Moreira, G. \(2018\). Análisis de las etapas del ciclo presupuestario en administración pública del Ecuador con el enfoque de resultados. Revista Científica Uisrael, 5 \(1\). http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862018000100009](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862018000100009)
- [Código de Comercio \(2019\). Quito, Ecuador. Registro 497, de fecha 29 de mayo 2019. Reformado: 10 de diciembre 2020.](https://www.ecuador.gob.ec/registro-comercio/)
- [Comín, F. \(2018\). La corrupción permanente: el fraude fiscal en España. HISPANIA NOVA. Primera Revista de Historia Contemporánea on-line en castellano. Segunda Época, 481-521. https://core.ac.uk/download/pdf/270226142.pdf](https://core.ac.uk/download/pdf/270226142.pdf)
- [Del Pezo, T. \(2020\). Hacia una teoría de deberes formales y obligaciones tributarias en el Ecuador. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Facultad Ciencias Administrativas.](https://www.uec.edu.ec/revistas/uec/revista-publicando/)
- [Díaz, J. \(2017\). “Cultura tributaria”. Revista Publicando, 3\(9\), 697-705.](https://www.revista-publicando.com/revista-publicando-39-697-705/)
- [Gallardo, E. \(2017\). Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo. Huancayo: Universidad Continental.](https://www.uec.edu.ec/revistas/uec/revista-publicando/)
- Ley de Régimen Tributario Interno (2018). Quito, Ecuador. Registro 463, de fecha 17 de noviembre 2004. Reformado: 21 de agosto de 2018.

- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Informe de la Comisión Económica para América Latina (2018). CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44865/S1900587_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palella, S. y Martins, F. (2017). *Investigación cuantitativa*. (4ª edición). Caracas: FEDUPEL.
- Santillán, M. (2021). *Cultura tributaria en los comerciantes del mercado La Condamine de la ciudad de Riobamba* (Ecuador).
- Segura, S., y Segura, R. E. (2017). Las recaudaciones tributarias y el crecimiento económico. Un análisis a través del PIB de Ecuador. *Revista Empresarial*, 11(4), 34-40. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/109>
- Servicio de Rentas Internas. (2012). *Equidad y desarrollo. Libro del futuro contribuyente – Bachillerato, quinta edición*. Quito. SRI, Ministerio de Educación. <https://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/5b1221c9-8031-42d2-bc712123021c0698/Libro+secundaria+-+mayo+2022.pdf>
- Solórzano, D. (2017). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Soto, M. (2016). La cultura tributaria: una contribución para la construcción colectiva del desarrollo sustentable. *Novum Scientiarum*, (2). 46-56