

Vinculación social universitaria como herramienta de gestión de cultura tributaria en negocios populares ecuatorianos

University Social Engagement as a Tool for
Managing Tax Culture in Ecuadorian
Popular Businesses

<https://doi.org/10.54104/papeles.v17n33.2146>

 María del Pilar Viteri Vera ^{1*}
<https://orcid.org/0000-0002-3520-9424>

 Dolores Ortiz Guevara ²
<https://orcid.org/0000-0002-1212-3089>

1. Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Guayaquil, Ecuador; maria.viterive@ug.edu.ec
2. Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Guayaquil, Ecuador; dolores.ortizgue@ug.edu.ec

* Autor de correspondencia: María del Pilar Viteri Vera, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Guayaquil, Ecuador; Orcid: 0000-0002-3520-9424, Cda. Universitaria, Av. Kennedy s/n y Av. Delta, maria.viterive@ug.edu.ec

Para citar este artículo: Viteri Vera, M.^a del P. y Ortiz Guevara, D. (2025). Vinculación social universitaria como herramienta de gestión de cultura tributaria en negocios populares ecuatorianos. *Papeles*, 17(33), e2146. <https://doi.org/10.54104/papeles.v17n33.2146>

Versión aprobada por pares

Recibido: 23 de abril de 2025
Aprobado: 20 de junio de 2025
Publicado: 31 de julio de 2025



Resumen

Palabras clave

Enseñanza superior;
tributación; sector informal;
desarrollo comunitario,
Ecuador

Introducción: la vinculación social universitaria ha emergido como una herramienta estratégica para fortalecer la cultura tributaria en territorios vulnerables. Su papel como agente de cambio permite promover una transformación social desde un enfoque educativo y participativo, especialmente en contextos en los que predominan negocios populares y economías informales. Esta investigación busca visibilizar el impacto de estas intervenciones, destacando la necesidad de promover la equidad fiscal y la inclusión. **Metodología:** el estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño descriptivo y de tipo transversal. Se aplicaron 161 encuestas, 5 entrevistas y observaciones directas a emprendedores de negocios populares. Esta combinación metodológica permitió recoger información cualitativa y cuantitativa que profundiza en las prácticas contables y fiscales de los actores económicos estudiados. **Resultados y discusión:** los hallazgos revelaron un bajo nivel de conocimiento sobre obligaciones tributarias, mitos sobre la fiscalidad y desconocimiento de incentivos existentes en la normativa ecuatoriana. A pesar del temor a sanciones, los emprendedores mostraron disposición a capacitarse. Esta apertura permitió la ejecución de talleres formativos que sensibilizaron a los participantes sobre la importancia del cumplimiento fiscal como base del desarrollo local. **Conclusiones:** la vinculación social universitaria no solo generó datos relevantes, sino que también impulsó procesos formativos que promueven la formalización y el empoderamiento económico. Visibilizar estos impactos refuerza su valor como estrategia de inclusión, equidad y sostenibilidad en territorios históricamente excluidos del sistema tributario.

Abstract

Keywords

Higher education;
community action; taxation;
informal sector; community
development, Ecuador

Introduction: University social linkage has emerged as a strategic tool to strengthen the tax culture in vulnerable territories. Its role as an agent of change allows promoting social transformation from an educational and participatory approach, especially in contexts where popular businesses and informal economies predominate. This research seeks to make visible the impact of these interventions, highlighting the need to promote tax equity and inclusion. **Methodology:** The study was developed under a mixed approach, with a descriptive and cross-sectional design. Surveys, interviews and direct observations were applied to entrepreneurs of popular businesses. This methodological combination made it possible to collect qualitative and quantitative information that delves into the accounting and tax practices of the economic actors studied. **Results and discussion:** The findings revealed a low



level of knowledge about tax obligations, myths about taxation and ignorance of existing incentives in Ecuadorian regulations. Despite the fear of sanctions, the entrepreneurs were willing to receive training. This openness allowed the execution of training workshops that sensitized participants on the importance of tax compliance as a basis for local development. **Conclusions:** The university social linkage not only generated relevant data, but also boosted formative processes that promote formalization and economic empowerment. Making these impacts visible reinforces their value as a strategy for inclusion, equity and sustainability in territories historically excluded from the tax system.

1. Introducción

La educación cívico-tributaria es vital para generar cultura tributaria que reproduzca modelos prácticos que se pongan en acción en todo tipo de negocios, lo que lleva no solo a cumplir con deberes tributarios, sino también a visibilizar los negocios desde su formalización. A nivel global, las iniciativas de educación cívica en el contexto tributario son lideradas por los países europeos y africanos, y en un tercer lugar se encuentran los países de América del Sur (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2023). Al respecto, Bosque Cumbal (2019) señalan:

Es una herramienta necesaria que todo contribuyente debe incorporar y emplear sea cual fuere el giro de su negocio; además, menciona que permite a las empresas prever situaciones propias de su giro con el objetivo de disminuir, postergar o evitar una futura carga tributaria, mediante un sinnúmero de estrategias, con pleno apego a la ley, esto es, sin simulación, sin fraude de ley y sin abuso del derecho. (p. 26)

El sistema tributario en su conjunto se enfrenta al problema que representa el desarrollo de la cultura tributaria. En este sentido, Cabrera Sánchez et al. (2021) indican que esto “impide cubrir las expectativas de recaudación de impuestos de manera eficiente, principalmente, debido a la falta de una cultura tributaria de los contribuyentes, pues muchos no conciben la tributación como un deber” (p. 3).

La cultura tributaria promueve una planificación tributaria que no debe ser vista exclusivamente como un medio para reducir el pago que por obligaciones tributarias el contribuyente tiene que cumplir, sino como una herramienta de gestión valiosa para los negocios, tal como lo menciona Mena Trujillo et al. (2019):

No solo como herramienta para el pago de impuestos, sino más bien como una herramienta de carácter financiero o gerencial, la misma que se articula a la misión y visión de la empresa y genera o delimita las decisiones a tomar durante un periodo para optimizar los recursos, repartir utilidades y pagar los impuestos que deban generarse previamente planificados, considerando los riesgos de carácter tributario que se podrían acarrear. (pp. 11-12)

Trabajar en una educación cívico-tributaria que fomente la cultura tributaria y que concientice la importancia de trabajar en una planificación fiscal es un reto en los países latinoamericanos. Este es un arduo trabajo que implica, tal como lo definen Espinosa Taipe y Hoyos Navas (2019), “la construcción de esquemas estratégicos derivados del estudio y análisis de los beneficios fiscales



que una persona podría gozar por realizar su comercio tomando en cuenta su domicilio, actividad económica, estructuración societaria, entre otros factores” (p. 59).

En atención a los beneficios, es importante que toda persona que realice actividades económicas tenga conocimientos de este tipo de planificaciones. Así, surge una sinergia que parte de la comprensión del quehacer tributario con conocimiento pleno de derechos y obligaciones, así como de los diversos medios y formas diferidas de cumplimiento fiscal cuando proceda.

Aprovecharse de los incentivos tributarios permite, para Bosque Cumbal (2019), “aumentar la rentabilidad de las empresas mediante la disminución de la carga impositiva. Por lo tanto, se presenta como una herramienta financiera efectiva para fomentar el desarrollo de los negocios” (p. 19).

Los negocios populares pueden beneficiarse de esta herramienta de gestión, los cuales generalmente tienen su origen en emprendimientos. Según Ruiz Cedeño y Palacios Dueñas (2020), “el propietario dirige su empresa y trabaja con un par de empleados, usualmente familiares. Son negocios como tiendas de abarrotes, peluquerías, carpinterías, plomeros, electricistas, entre otros” (p. 4).

De hecho, los negocios populares y emprendimientos son vistos en América Latina como fuentes de empleo en vista de la escasez que se avista de generar ingresos de otras formas (Salgado Monar, 2023). La situación de los negocios populares, relacionándola con la figura de emprendimientos, muestra que en su mayoría no tienen más de cinco empleados; en relación con el género, existe una brecha, dado que la mayoría son hombres y con ingresos que no superan los tres salarios básicos unificados (SBU) (Lasio et al., 2019).

En Ecuador, los principales negocios populares se encuentran en las actividades económicas relacionadas con bazares, comercio de abarrotes, ferreterías, papelerías, peluquerías y tiendas de barrios, siendo al menos 1,2 millones de contribuyentes que forman parte del conglomerado de los negocios populares, y así se constituye en el mayor tipo de contribuyente ecuatoriano seguido de las personas naturales, así como de las empresas y los emprendimientos. En este contexto, las iniciativas gubernamentales orientan las normativas vigentes, tales como el Régimen Impositivo para Microempresas y Negocios Populares (RIMPE), a conseguir una formalización de los negocios de emprendedores y de microempresas, comprendiendo que procesos menos complejos y tasas progresivas son un atractivo que llama la atención de este nicho que pretende alcanzarse, en consideración a algunas particularidades propias de este sector. Según Loyola-Torres y Cordero-Guzmán (2022), “abarcan su bajo nivel de educación, deficiente nivel organizativo, dificultad de aplicar prácticas contables rigurosas y maniobrar en la economía informal” (p. 736). Desde esta perspectiva, las universidades pueden desarrollar proyectos de intervención comunitaria mediante los cuales los estudiantes, acompañados de docentes, implementen procesos de formación y asesoría técnica a los emprendedores. A través de capacitaciones prácticas en temas como educación financiera, organización administrativa y principios básicos de contabilidad, es posible fortalecer las capacidades de estos actores económicos.

Si bien es cierto que el Servicio de Rentas Internas (SRI) a partir de la pandemia de covid-19 ha intensificado el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) para llegar con sus plataformas virtuales y los núcleos de apoyo contable (NAF), existen estudios, como el de



Espinoza et al. (2025), que indican las dificultades que experimentan los contribuyentes: “Falta de estrategias de comunicación y capacitación para su implementación. La ausencia de una campaña informativa integral ha derivado en un alto índice de desconocimiento normativo, lo que se refleja en el incremento de la morosidad y el retraso en el cumplimiento de las obligaciones tributarias a nivel nacional” (pp. 4-5).

De ahí que el desafío que se vivencia en Ecuador va más allá de lo normativo, se introduce en la parte académica y pedagógica, y es aquí donde las diversas aristas de la vinculación social universitaria constituyen una herramienta clave para fortalecer la cultura tributaria en los negocios populares ecuatorianos. Los materiales didácticos que se adapten a las necesidades de aprendizaje de la población, la educación personalizada y el acompañamiento a los emprendedores legitiman la tributación como herramienta que favorece la toma de decisiones informadas.

A través de programas de capacitación y acompañamiento, los estudiantes y docentes pueden orientar a los emprendedores sobre sus obligaciones fiscales, beneficios e incentivos tributarios. Esto no solo fomenta la formalización de sus actividades, sino que también contribuye a una mayor sostenibilidad económica. La transferencia de conocimientos desde la academia hacia la comunidad empodera a los emprendedores para tomar decisiones informadas. Asimismo, permite visibilizar la importancia del cumplimiento tributario como parte del crecimiento de sus negocios. En este proceso, la universidad se convierte en un agente activo de transformación social y económica.

Además, puede generarse material didáctico adaptado a sus realidades y lenguajes culturales, con un enfoque inclusivo y contextualizado. Este tipo de vinculación no solo contribuye al aprendizaje significativo de los estudiantes, sino que también propicia la formalización progresiva de los emprendimientos. La universidad, en su rol social, actúa como un puente entre el conocimiento académico y las necesidades reales del territorio, empoderando a las comunidades y fomentando una economía más justa e inclusiva.

2. Metodología

Durante un periodo de dos años (2023-2024), 50 estudiantes universitarios de la Licenciatura en Finanzas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil (Ecuador) realizaron prácticas comunitarias en la Fundación Jóvenes por el Cambio dedicada al apoyo de emprendedores, en su mayoría mujeres, que, a través de diversos negocios populares en zonas urbano-marginales del Ecuador, buscan mejorar la calidad de vida de sus unidades familiares.

De ese trabajo comunitario, se deriva esta investigación, cuyo objetivo se centró en identificar el nivel de cultura tributaria existente entre los emprendedores de los negocios populares, así como sus prácticas contables y fiscales. La investigación utilizó una metodología descriptiva, de tipo transversal y con enfoque mixto.

En el enfoque cuantitativo de corte no experimental, se utilizó la técnica de recolección de datos denominada encuesta, cuyo instrumento fue aplicado de forma presencial a 96 personas durante 2023 y luego 65 en 2024, totalizando una población de 161 participantes, la misma que fue analizada en su totalidad. En el enfoque cualitativo, se utilizó un enfoque hermenéutico a través



de la interpretación de discursos, testimonios y prácticas cotidianas de los emprendedores sobre su relación con los deberes tributarios.

A través de entrevistas profundas al directivo de la Fundación Jóvenes por el Cambio y tres líderes que representaban el territorio beneficiario, pudo comprenderse el significado que les atribuyen a sus prácticas contables y fiscales en su contexto social y cultural. Este enfoque permitió ir más allá de los datos numéricos, revelando creencias, valores y experiencias que influyen en su comportamiento tributario. La hermenéutica permitió una lectura crítica de cómo perciben la ley y las instituciones fiscales. Así, se obtuvo una comprensión integral de los factores subjetivos que condicionan la cultura tributaria.

Para el análisis de la información, se utilizó una estrategia mixta. En primer lugar, las encuestas fueron aplicadas de manera presencial a los participantes, permitiendo un contacto directo que facilitó una mayor comprensión y confiabilidad en las respuestas.

Posteriormente, los datos obtenidos fueron organizados y tabulados utilizando medios informáticos, lo que permitió una sistematización eficiente y el análisis descriptivo de las variables estudiadas. En cuanto a las entrevistas, se aplicaron a actores clave del entorno investigado y su análisis se realizó mediante la triangulación de la información.

Este proceso consistió en comparar los testimonios obtenidos con los resultados de las encuestas y las observaciones de campo, para identificar patrones, contrastar percepciones y validar hallazgos. Esta técnica fortaleció la validez del estudio, al integrar distintas fuentes de información y perspectivas sobre el fenómeno analizado.

3. Resultados y discusión

El primer trabajo de campo realizado en 2023 abarcó a 96 personas de territorios beneficiarios en el ejercicio de las actividades de vinculación social universitaria con la Fundación Jóvenes por el Cambio, donde se les consultó sobre sus percepciones con respecto a la planificación financiera, cuyos resultados se exponen en la tabla 1.

Tabla 1.
Percepciones relacionadas con la planificación tributaria

Percepciones	Sí (%)	No (%)	No lo sé (%)
Podría pagar impuestos si estos le son requeridos debido al ejercicio de sus actividades comerciales.	13	87	8
Conoce lo que es una planificación tributaria.	0	100	0
Cree que debe cumplir con el pago de obligaciones tributarias derivadas de las actividades económicas que realiza.	22	33	45
Le gustaría conocer cómo cumplir con las obligaciones tributarias sin que eso represente un gasto para usted.	100	0	0

Fuente: elaboración propia.

Como puede apreciarse en la tabla 1, las percepciones de las personas encuestadas en relación con la planificación financiera evidencian que hay un completo desconocimiento de las implicaciones relacionadas con la planificación tributaria. En cuanto al cumplimiento de obligaciones tributarias,



en especial al pago de tributos, la mayoría de las personas encuestadas consideran no estar en capacidad de cubrir el pago de impuestos si es que estos fueran causados.

Es interesante notar que la mayoría de las personas no sabe si deben cumplir con el pago de alguna obligación tributaria producto del ejercicio de sus actividades económicas. Por otra parte, aprovecharse de las herramientas de gestión que provienen de los conocimientos tributarios y financieros ofrece posibilidades de mayor productividad y comercialización en los negocios, ya que evita deuda innecesaria. Finalmente, todo ahorro desde esta perspectiva consigue empoderar una mentalidad orientada al fomento del ahorro como meta de inversión, lo que a mediano y largo plazo radica en libertad financiera (Bonilla et al., 2022).

La apertura hacia el aprendizaje de los aspectos relacionados con el contexto tributario se evidencia cuando la totalidad de las personas encuestadas afirman que les gustaría conocer cómo cumplir con las obligaciones tributarias sin que eso represente un gasto para ellos. Esto muestra la pertinencia de la transferencia de conocimientos que se ejecuta en las actividades de vinculación social universitaria.

Si bien es cierto que existe la disposición para adquirir información relacionada con el contexto tributario, se percibe cierto pesimismo con respecto a si les será factible hacerlo. La tabla 2 muestra las percepciones basadas en la educación tributaria.

Tabla 2.

Percepciones relacionadas con la educación tributaria

Percepciones	Alto (%)	Medio (%)	Bajo (%)
El nivel de conocimientos que piensa que debe poseer para realizar una planificación tributaria es...	73	25	1
Su actual nivel de conocimiento relacionado con temas inherentes a los impuestos es...	3	15	82
El nivel de dificultad que encuesta para comprender aspectos relacionados con el área tributaria es...	92	6	2

Fuente: elaboración propia.

Como puede apreciarse, existe la percepción que deja entrever que la educación tributaria sea difícil de comprender, lo que hasta cierto punto constituye una amenaza para las actividades de vinculación social, ya que por temor al fracaso algunas personas de los territorios beneficiarios desisten de asumir el reto que pudiera representarles aprender.

Esto, unido a que el nivel de conocimientos previos al respecto en su mayoría es bajo y que consideran que para aplicar las herramientas de planificación tributaria deberán poseer un nivel de conocimientos alto, son vistas como debilidades que, sin embargo, pueden convertirse en retos a asumir si se observan las ventajas que representa a corto, mediano y largo plazo apoderarse de este tipo de conocimientos. Por tanto, se reconoce que la relación entre la educación financiera y el cumplimiento tributario es de carácter directo, tal como lo menciona Vásconez-Acuña et al. (2023):

La educación financiera y tributaria parte del análisis de nociones básicas tanto de características como uso de productos financieros y, luego avanza con el estudio de



habilidades y actitudes para la gestión de las finanzas y tributos, las cuales generan cambios positivos en las organizaciones. (p. 261)

La tabla 3 muestra información proporcionada por 65 emprendedores que formaron parte del territorio beneficiario de la Fundación Jóvenes por el Cambio durante 2024, quienes compartieron sus percepciones con respecto a los contextos relacionados con la planificación tributaria, el emprendimiento y la vinculación social.

Tabla 3.

Planificación tributaria, emprendimiento y vinculación social

Planificación tributaria	Emprendimiento	Vinculación social
Los emprendedores desconocen qué es planificación tributaria.	Bajo nivel de ingresos (menos de un salario básico unificado [SBU]).	Prefieren material audiovisual e impreso para mejor comprensión.
Los encuestados consultan información tributaria con poca frecuencia.	Se prefieren emprendimientos relacionados con el sector alimentario.	Las capacitaciones son de utilidad para la comunidad emprendedora.
Los emprendedores no conocen el Régimen Impositivo para Microempresas y Emprendedores (RIMPE).	La delincuencia es un obstáculo de desarrollo.	Están de acuerdo con capacitaciones para obtener más conocimiento.
Los emprendedores no conocen la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).	La falta de educación y conocimientos constituye una amenaza al emprendimiento.	Han recibido capacitaciones de otras fuentes y de universidades.
Los beneficiarios no realizan declaraciones o no están al día por falta de conocimiento.	Alto nivel de deseo y motivación para emprender en los beneficiarios.	Consideran que las capacitaciones en temas tributarios pueden aportar a la comunidad de emprendedores.
Los emprendedores consideran que sus productos o servicios ofrecidos no gravan impuestos.	Poca planificación en el ejercicio del emprendimiento.	Están de acuerdo con recibir capacitaciones en temas tributarios.
Falta de educación económica, financiero-tributaria.	La mayoría de los emprendedores son de género femenino.	La minoría ha recibido capacitación sobre impuestos básicos e indica que les fue de utilidad.
Los emprendedores encuestados desconocen cómo hacer declaraciones de los principales impuestos (IVA, IR, ICE).	Los beneficiarios consideran que las habilidades de marketing son necesarias para el desarrollo de sus negocios.	Tienen planes en el futuro de desarrollar habilidades y conocimientos.

Fuente: elaboración propia

Como puede apreciarse, los comerciantes de los negocios populares que formaron parte de la investigación revelan un serio problema que radica en el desconocimiento y la informalidad. Así, la realización de actividades comerciales de forma empírica es un denominador común que afecta el crecimiento de los negocios populares.



Entendiendo esto, y en consideración a que el principio de planificación tributaria denominado principio de interdisciplinariedad implica que, cuando se realice la planificación tributaria, se considere no solo el aspecto tributario, sino también el contexto contable, financiero, administrativo y de derecho, el conocimiento de estos aspectos es parte fundamental para una planificación financiera de éxito.

En este caso de estudio, la planificación tributaria es prácticamente inexistente debido a los escasos conocimientos que este tipo de negocios tienen en materia tributaria y la poca cultura tributaria derivada, lo que se refleja en una deficiencia en conocimientos empresariales, ya que, para realizar una planificación tributaria, el contribuyente debe identificar con claridad cuál es su objeto social, cuáles son las características de su negocio, cuál es su rango de ingresos, cuál es su información financiera presupuestada, lo que debe incluir si tiene planes de expansión en nuevos productos y servicios que al concretarse podrían incrementar sus ingresos, aspectos básicos que permiten al contribuyente saber en qué posición está para decidir sobre qué planificación financiera es la que se ajusta a sus actividades económicas.

Lo anterior guarda relación con lo que mencionan Larrochelle Alay et al. (2021):

Diversos emprendedores determinan que la toma de riesgos es crear o dar inicio a un nuevo negocio sin tener una correcta educación financiera; creen que con el tiempo se aprende a llevar correctamente el emprendimiento en marcha, sin tomar en cuenta la importancia que tiene la falta de estos conocimientos, cometiendo errores y convirtiéndose así en un problema que afecta a los resultados que se esperan obtener. (p. 1201)

Se ha podido evidenciar que, para que estos negocios populares puedan crecer y convertirse en emprendimientos consolidados y microempresas, requiere contarse con educación financiera, contable, administrativa y tributaria, que permita establecer un ecosistema que potencie las habilidades, los deseos y las aptitudes de los participantes.

Como se ha evidenciado en la literatura, para triunfar en el ambiente empresarial no solo se requiere tener buenas intenciones y deseos, sino que estos deben ir acompañados de un bagaje de conocimientos que permitan que los comerciantes, emprendedores y empresarios se desarrollen en un contexto de formalidad, que invita no solo a ser sujeto de obligaciones, sino también de derechos.

El aprovechamiento de la planificación tributaria cumple con el objetivo de fomentar una cultura tributaria y anima a las personas a ver esos espacios en un marco amigable para el desarrollo empresarial. En una economía como la ecuatoriana, es vital impulsar, a través de la educación financiera y tributaria, los negocios populares, para que se conviertan en microempresarios y formen parte de las personas económicamente activas en la formalidad, lo que permite hacer políticas públicas más realistas que contemplen espacios más inclusivos con miras al desarrollo del sector comercial.

Sin embargo, es necesario que este tipo de negocios conozca que la previsión adecuada conlleva ahorros importantes tributarios y les permite visibilizarse desde una perspectiva formal que a mediano plazo les da un reconocimiento y una legalidad que no necesariamente implica desembolsos que no puedan cubrir.



Si bien es cierto que la aplicación de la planificación tributaria no es obligatoria, sino que queda a libre aplicación por parte de los contribuyentes, es necesario que los negocios populares comprendan que “la planificación tributaria o economía de opción constituye un derecho de los contribuyentes, pues nadie está obligado a pagar más impuestos del que la ley establezca y, por ende, no puede merecer reproche jurídico alguno al aplicar los beneficios tributarios” (Bosque y Cumbal, 2019, p. 32).

Una forma de cómo se animó a los propietarios de los negocios populares a interesarse en la planificación tributaria fue mostrándoles los principios de la planificación tributaria, a saber: a) necesidad, b) legalidad, (c) oportunidad, d) globalidad, e) materialidad y f) singularidad, que permiten que los negocios puedan determinar su propia misión, visión y objetivos, además de permitirles conocer la legislación tributaria vigente, las obligaciones tributarias que deberán cumplir, los plazos que para ello la máxima autoridad designa y los beneficios que nacen de la planeación tributaria que les permita superar con creces los costos que esto implica (Sarmiento Pérez y Torres Negrete, 2023). Algunas de las formas en que la planificación tributaria puede servir como herramienta de gestión en los negocios populares que fueron parte de las transferencias de conocimientos en charlas, talleres y material audiovisual compartido se muestran en la tabla 4.

Tabla 4.

Oportunidades que ofrece la planificación tributaria

Oportunidades
Identificar situaciones desconocidas o desatendidas
Anticiparse frente a los desafíos que representen los cambios tributarios
Evaluar y cuantificar los riesgos que los cambios puedan ofrecer
Materializar de la manera más realista efectos tributarios

Fuente: elaboración propia.

En entrevista al presidente de la Fundación Jóvenes por el Cambio, Arturo Tobón, se evidenció que las grandes debilidades que tienen las personas que inician sus negocios es que no poseen suficiente conocimiento en materia financiera y tributaria, lo que afecta su sostenibilidad. Por otro lado, los negocios movilizan sus operaciones en un círculo de actividades que promueven la comercialización de vestimenta, bisutería y alimentación con un limitado desarrollo de innovación, lo cual los hace presa de un mercado competitivo y saturado que les impide crecer de forma sostenible. Esto enfatiza la importancia del seguimiento en un proceso de capacitación, ya que sin este la optimización de las decisiones comerciales limitan el desarrollo productivo, sin dejar a un lado el quehacer tributario. Al respecto, Bosque Cumbal (2019) sostiene:

Es una herramienta necesaria que todo contribuyente debe incorporar y emplear sea cual fuere el giro de su negocio; además, menciona que permite a las empresas prever situaciones propias de su giro con el objetivo de disminuir, postergar o evitar una futura carga tributaria, mediante un sinnúmero de estrategias, con pleno apego a la ley, esto es, sin simulación, sin fraude de ley y sin abuso del derecho. (p. 26)

Además, el entrevistado Arturo Tobón manifestó que, en relación con las actividades de vinculación social que fomentan la educación financiera tributaria, el impacto de esta se ve amenazado porque los emprendedores no continúan de forma constante en las actividades de



transferencia de conocimientos, lo que impide hacer un seguimiento y, por ende, los correctivos no pueden ejecutarse, dando como resultado que muchos negocios tengan una duración inferior a los 24 meses.

Esta situación conlleva que los ingresos producto de las actividades comerciales de este territorio beneficiario sean muy bajas; de hecho, una encuesta realizada en este territorio en junio de 2024 a 65 personas evidenció que la mayoría de estas tienen un ingreso que bordea un SBU, situación que es vista como aceptable por los comerciantes. Lasio et al. (2024) aseguran que “generar gran riqueza o altos ingresos, aunque no es despreciable, no es una de las principales motivaciones para emprender” (p. 48). Independiente de los ingresos económicos, es necesario que las personas conozcan los beneficios de la planificación financiera y cómo esta puede mejorar sus habilidades emprendedoras.

Las entrevistadas concuerdan con las opiniones del presidente de la Fundación Jóvenes por el Cambio y del sentir general de los encuestados al indicar que, a decir de ellas, la falta de conocimientos financieros y tributarios limita gravemente la sostenibilidad de los negocios emergentes, lo cual, aunado a la escasa innovación y el exceso de competencia, también afectan su crecimiento. En relación con las capacitaciones que reciben como parte de las actividades de vinculación social, encuentran que la falta de continuidad en los procesos formativos dificulta el seguimiento y la corrección de errores. Todos estos aspectos para las entrevistadas conllevan que se reproduzca un círculo cíclico caracterizado por la alta tasa de fracaso de estos emprendimientos en menos de dos años.

Muchas personas se resisten a ello pensando que, siendo que son sujetos pasivos, no es necesario conocer el contexto tributario, lo cual es un grave error, pues inconscientemente las lleva a pensar que siempre van a estar en esa misma posición y que no van a alcanzar en un futuro tener más ingresos que les permita tener una mejor calidad de vida y que al mismo tiempo les demande el cumplimiento de obligaciones tributarias. Así, el sentido de conformismo es algo que se combate en las prácticas comunitarias, buscando proyectar a la persona a un futuro con un mejor nivel de ingresos y manejo apropiado de gastos y costos.

Para este territorio beneficiario, se creó el *Manual de estrategias de planificación tributaria* que abarcó cuatro estrategias, a saber: a) elección de régimen tributario, b) estructura empresarial, c) deducciones fiscales y d) cumplimiento normativo y revisión fiscal periódica. La información fue desarrollada utilizando un lenguaje sencillo que permite entender las obligaciones fiscales, tomando como referencia la gestión de las responsabilidades tributarias de forma tal que se optimice la carga fiscal de manera eficiente.

Este tipo de aportaciones dadas desde la academia no solo promueven la cultura tributaria, sino que ayudan al territorio beneficiario a abrir sus horizontes en consideración a los desafíos de crecimiento empresarial, rentabilidad y sostenibilidad, así como al bienestar emocional.

En relación con este último aspecto, un estudio de campo realizado en el contexto de prácticas comunitarias evidenció que aprender a manejar los recursos económicos como parte de los beneficios de recibir educación financiera provee a las personas paz y tranquilidad. Para Díaz Campos et al. (2021), poseer conocimientos financieros permite tomar decisiones que identifican



gastos innecesarios y promueven el ahorro, lo que impactará positivamente el bienestar social y económico de las unidades familiares.

4. Conclusiones

En Ecuador, los cambios que, si bien es cierto no son constantes, pero sí periódicos, pueden generar incertidumbre en materia fiscal, lo cual visto positivamente ofrece la oportunidad a los negocios populares de utilizar herramientas que ofrece la cultura tributaria para estar preparados. De ahí que el modelo de planificación tributaria debe partir del análisis del ecosistema que rodea el negocio popular, tanto interno como externo, en el que pueden identificarse las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (FODA).

Una vez identificado este análisis FODA, podrá establecerse de forma más realista cuál será la misión, la visión, los valores, los objetivos, las metas, las estrategias y las políticas fiscales que, a través del cumplimiento de la normativa existente, definan la mejor forma de cumplir con la autoridad tributaria, optimizando los beneficios que esta ofrece al contribuyente.

Así, las herramientas de gestión que fomentan la cultura tributaria se aprecian desde una visión holística que va más allá de los impactos económicos y comerciales, implican acciones que promueven el desarrollo del ser humano que realiza las actividades que dan lugar al ente económico. De esta forma, se reproducen modelos que permiten a las personas entender conceptualizaciones financieras y tributarias, fomentando el uso adecuado del dinero.

La vinculación social universitaria cumple un rol estratégico en la promoción de cultura tributaria adaptados a la realidad de los negocios populares. A través del trabajo conjunto entre estudiantes, docentes y comunidades, se realiza un diagnóstico participativo que permite identificar tanto los elementos internos del negocio (como su estructura organizativa, conocimientos contables y hábitos de registro) como los externos (acceso a servicios financieros, políticas públicas, entorno fiscal, competencia y apoyo institucional).

Esta interacción facilita un análisis profundo del ecosistema del negocio, permitiendo levantar información clave para detectar debilidades como la informalidad, amenazas como las sanciones tributarias, fortalezas como la experiencia comercial acumulada y oportunidades como los incentivos tributarios vigentes. De este modo, la cultura tributaria no se concibe como una obligación aislada, sino como una herramienta estratégica construida desde el conocimiento del territorio y las dinámicas del emprendedor.

La universidad aporta, así, conocimiento técnico, metodologías participativas y acompañamiento constante para que los emprendedores puedan implementar acciones sostenibles, empoderándose en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y en el fortalecimiento de su desarrollo económico.

Finalmente, es necesario reflexionar sobre que ser un negocio popular no quiere decir que la informalidad sea la que domine el quehacer comercial, más bien es la oportunidad que se tiene de establecer objetivos y metas reales a partir del autoconocimiento del presente, lo que, al pasar el tiempo, dará la pauta para crecer en forma sostenida, propendiendo a mejorar la calidad de vida de las unidades familiares.



Finalmente, se recomienda para futuras investigaciones comparar la experiencia del ejercicio de la vinculación social universitaria relacionada con la educación financiera y cultura tributaria ecuatorianas con casos exitosos desarrollados en América Latina con el propósito de identificar prácticas replicables.

Agradecimientos

Se agradece a la Fundación Jóvenes por el Cambio por el apoyo logístico para la realización de la investigación de campo.

Financiación

Esta investigación no tiene financiación externa.

Conflicto de intereses

Las autoras declaran que no tienen conflicto de intereses.

Implicaciones éticas

Se contó con el permiso de la Fundación Jóvenes por el Cambio y con el consentimiento informado de los participantes.

Contribución de autores

Diseño de la investigación (María del Pilar Viteri Vera), análisis de datos (María del Pilar Viteri Vera), metodología (María del Pilar Viteri Vera) y revisión del manuscrito (Dolores Ortiz Guevara). Todos los autores han leído y aprobado la versión enviada a la revista.

Declaración de las tecnologías generativas asistidas por inteligencia artificial (IA) en el proceso de escritura

Durante la preparación de este trabajo se declara que no se utilizó ninguna herramienta de las tecnologías generativas asistidas por inteligencia artificial (IA) en el proceso de escritura.

Referencias

- Bonilla, R., Monteros, A. y Cerezo, V. (2022). *Educación y bienestar financiero, tarea pendiente en Ecuador y la región*. Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. <https://rfd.org.ec/biblioteca/pdfs/LG-331.pdf>
- Bosque Cumbal, M. B. (2019). *La planificación tributaria como instrumento idóneo para maximizar los beneficios económicos: Caso sociedades del subsector exportador de chocolate en el Ecuador* [tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6861/1/T2941-MPTFI-Bosque-La%20planificacion.pdf>



- Cabrera Sánchez, M. A., Sánchez Chero, M. J., Cachay Sánchez, L. del C. y Rosas Prado, C. E. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 203-216. <https://doi.org/10.31876/racs.v27i.36503>
- Díaz Campos, J. A., Zareei Bogoya, A. y Ondó Sango, A. (2021). Bonos verdes bonos sociales: Titulización sostenible. En J. M.^a López Jiménez y A. Zamarrigo Muñoz (dirs.), *La sostenibilidad y el nuevo marco institucional y regulatorio de las finanzas sostenibles* (pp. 315-344). Thomson Reuters Aranzadi.
- Espinosa Taípe, D. y Hoyos Navas, K. E. (2019). Desafíos fiscales originados por la globalización de la economía y los esquemas de planificación fiscal agresiva. *USFQ Law Review*, 6(1), 57-76. <https://doi.org/10.18272/lr.v6i1.1402>
- Espinoza, Z. R., Valenzuela-Bautista, S. M. y Valdiviezo-Andino, S. M. (2025). Tributación simplificada para emprendedores: ¿Facilitación o nuevo desafío? *MQR Investigar*, 9(1), 1-17. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.9.1.2025.e400>
- Larochelle Alay, G. B., Macías Loor, F. I. y Proaño Ponce, W. P. (2021). Educación financiera para el desarrollo de la cultura tributaria en la asociación agropecuaria de Machalilla. *Polo del Conocimiento: Revista Científico-Profesional*, 6(11), 1198-1209. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8219334.pdf>
- Lasio, V., Amaya, A., Espinosa, M.^a P., Mahauad, M.^a D. y Sarango, P. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023-2024*. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2024/06/GEM-Ecuador-2023-2024.pdf>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J. y Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020*. Global Entrepreneurship Monitor. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Loyola-Torres, F. y Cordero-Guzmán, D. (2022). Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(1), 734-760. <https://doi.org/10.35381/r.k.v7i1.1886>
- Mena Trujillo, R. P., Narváez Zurita, C. I. y Erazo Álvarez, J. C. (2019). La planificación tributaria como herramienta financiera para la optimización de los recursos empresariales. *Visionario Digital*, 3(2.1), 6-34. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.1.540>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2023). *Educación cívico-tributaria para fomentar la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía*. <https://www.oecd.org/tax/tax-global/educacion-civico-tributaria-para-fomentar-la-cultura-tributaria-el-cumplimiento-fiscal-y-la-ciudadania-aspectos-destacados.pdf>
- Real Academia Española. (2023). Emprender. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/emprender>
- Ruiz Cedeño, S. del M. y Palacios Dueñas, A. E. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *Ecasinergia*, 11(2), 47-58. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2115



- Salgado Monar, J. H. (2023). El emprendimiento en el Ecuador. *LATAM: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2), 4609-4634. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.923>
- Sarmiento Pérez, M. G. y Torres Negrete, A. de las M. (2023). Marco tributario ecuatoriano y planificación fiscal en la intermediación financiera del sector popular y solidario. *Religación: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(36), 1-25. <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i36.1048>
- Vásconez-Acuña, L. G., Montero-Cobo, M. A., Narváez-Zurita, C. I., Torres-Palacios, M. M. y Toaza-Tipamtasig, S. E. (2023). Educación financiera y tributaria para la sostenibilidad de las finanzas y generación de recursos de los gobiernos autónomos descentralizados municipales. *Conrado*, 19(90), 260-269. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v19n90/1990-8644-rc-19-90-260.pdf>.

