



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

APLICACIÓN DE LAS NORMATIVAS MUNICIPALES Y TRIBUTARIAS EN EMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2023.

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de licenciada en Contabilidad y Auditoría

AUTOR: FRANCIS JIANELLA TRUJILLO URRESTA

TUTOR: MSc. FREDDY GONZALO ARAQUE MONTENEGRO

QUITO – ECUADOR

2025

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Francis Jianella Trujillo Urresta con documento de identificación N° 1755010046 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 28 de febrero del año 2025

Atentamente,



Francis Jianella Trujillo Urresta

1755010046

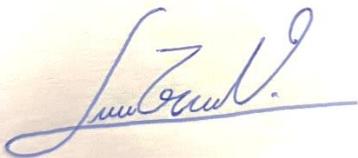
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A
LA UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA**

Yo, Francis Jianella Trujillo Urresta con documento de identificación No. 1755010046, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del artículo académico: APLICACIÓN DE LAS NORMATIVAS MUNICIPALES Y TRIBUTARIAS EN EMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2023, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 28 de febrero del año 2025

Atentamente,



Francis Jianella Trujillo Urresta

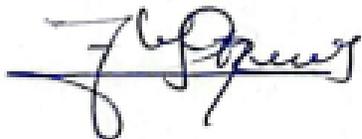
1755010046

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACION

Yo, Freddy Gonzalo Araque Montenegro con documento de identificación 1710453745, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: APLICACIÓN DE LAS NORMATIVAS MUNICIPALES Y TRIBUTARIAS EN EMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2023, realizado por Francis Jianella Trujillo Urresta con documento de identificación N° 1755010046, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 28 de febrero del año 2025

Atentamente,



MSc. Freddy Gonzalo Araque Montenegro

1710453745

Dedicatoria y Agradecimiento

Este proyecto va dedicado especialmente a mis padres, siendo un pilar fundamental en cada etapa de mi vida y que con amor me han enseñado la importancia de seguir adelante con mis sueños y mis metas. Que el esfuerzo y la dedicación en la realización de objetivos es importante en cada paso. Agradezco tanto tener a personas trabajadoras y honradas que me inspiren día a día a cumplir con mis propósitos, siendo mi mayor ejemplo de esfuerzo y trabajo duro.

A mis mejores amigas, quienes me han inspirado con sus acciones y su cariño a lo largo de mi vida estudiantil. Guiándome en muchos aspectos de mi vida, siendo un apoyo incondicional en los momentos difíciles. Agradezco su soporte y su ayuda moral en este trayecto.

Por último, agradezco a una persona que se mantuvo día a día a mi lado, siendo mi mayor compañía en la carrera, sus consejos y su cariño me han brindado la fuerza y el ánimo necesario para cumplir con este objetivo anhelado. El cumplir ambos con esta meta ha sido una de las mejores experiencias.

Resumen

El presente artículo se centra en la aplicación de las normativas municipales y tributarias en las empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2023. Este estudio se centra en evaluar el nivel de cumplimiento de la normativa vigente en el periodo y entender como estas empresas se adaptan a las diversas normas que rigen sus de operaciones proporcionando una visión integral sobre la aplicación de las normativas tributarias y municipales en el ámbito publicitario.

Para la realización de este escrito se optó por la realización de encuestas donde se incluyen temas como el conocimiento de la normativa, el nivel de cumplimiento que han tenido las empresas dedicadas a la publicidad exterior al momento de adquirir los diversos permisos municipales y cuáles han sido las principales dificultades que se han presentado al momento de adaptarse a la modalidad de facturación electrónica. Los resultados han reflejado que existe un compromiso con el cumplimiento normativo, sin embargo se resalta la brecha en el nivel de capacitación de los encuestados y el nivel de claridad en la normativa.

El estudio contiene diversos conceptos clave como los permisos que han regido a la actividad publicitaria en el Ecuador, sanciones que han aplicado al no aplicar la normativa correctamente, perspectivas de los propietarios acerca de las distintas dificultades que han enfrentado para que sus empresas puedan operar dentro de un marco legal sin que existan riesgos de sanción.

Las conclusiones presentadas al final del escrito demuestran que, aunque las empresas tengan un nivel de conocimiento aceptable de la normativa, si se resaltan diversas falencias que afectan en cumplimiento. A pesar de existir estos desafíos, de demuestra que muchos gerentes buscan operar de manera legal, siendo positivo para el desarrollo sostenible en el sector y fomentar una competencia justa, promoviendo un entorno de negocio más sostenible.

Palabras clave: Normativa, vallas publicitarias, permisos municipales, facturación electrónica, cumplimiento.

Abstract

This article focuses on the application of municipal and tax regulations in companies engaged in the production of billboards in the northern sector of Metropolitan District of Quito in the year 2023. This study focuses on evaluating the level of compliance with current regulations in the period and understand how these companies adapt to the various rules governing their operations providing a comprehensive view on the applications of tax and municipal regulations in the field of advertising.

For the realization of this paper, I chose to conduct surveys which include topics such as knowledge of regulations, the level of compliance that companies engaged in outdoor advertising have had at the time of acquiring the various municipal permits and what have been the main difficulties that have arisen at the time of adapting to the electronic invoicing mode. The results have shown that there is a commitment to regulatory compliance, however, the gap in the level of training of the respondents and the level of clarity in the regulations is highlighted.

The study contains several key concepts such as the permits that have governed the advertising activity in Ecuador, sanctions that have been applied for not applying the regulations correctly, perspectives of the owners about the different difficulties they have faced so that their companies can operate within a legal framework without the risk of sanctions.

The conclusions presented at the end of the paper show that, although the companies have an acceptable level of knowledge of the regulations, several shortcomings that affect compliance are highlighted. Despite these challenges, it is clear that many managers seek to operate in legal manner, which is positive for sustainable development in the sector and encourages fair competition.

Keywords: Regulations, billboards, municipal permits, electronic invoicing, compliance.

ÍNDICE

1	TEMA.....	1
2	INTRODUCCIÓN	1
3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
3.1	Formulación De Problemas	3
3.1.1	Problema general.....	3
3.1.2	Problemas específicos	3
4	JUSTIFICACIÓN	3
5	OBJETIVOS	4
5.1	Objetivo general	4
5.2	Objetivos específicos	4
6	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	4
6.1	Marco teórico	4
6.1.1	La publicidad.....	4
6.1.2	La publicidad exterior y las vallas publicitarias	5
6.1.3	Marco regulatorio de la publicidad exterior	6
6.1.4	Sanciones por incumplimiento municipal.....	8
6.1.5	Facturación electrónica	9
6.1.6	Cambios recientes en la normativa ecuatoriana.....	11
6.2	Marco Conceptual	11
6.2.1	Facturación electrónica	11
6.2.2	Normativa	12
6.2.3	Ordenanzas Municipales.....	12
6.2.4	Permisos municipales	12
6.2.5	Publicidad exterior	12
7	MARCO METODOLÓGICO.....	13
7.1	Diseño de la investigación.....	13
7.2	Tipos de investigación.....	13
7.3	Métodos de la investigación	13
7.4	Determinación de la población y muestra.....	13
8	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	15
9	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	35
10	CONCLUSIONES	37
11	BIBLIOGRAFÍA.....	38

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla de la muestra	14
Tabla 2	Conocimiento de las normativas y regulaciones	15
Tabla 3	capacitación sobre las normativas	16
Tabla 4	Controles Internos	17
Tabla 5	Importancia de conocimiento y cumplimiento de las normativas tributarias y municipale	17
Tabla 6	normativa de fácil cumplimiento	18
Tabla 7	Familiarización del personal	19
Tabla 8	calificación del nivel de cumplimiento	20
Tabla 9	Tipos de sistema de facturación	21
Tabla 10	Costos aproximados mensuales en la implementación fe facturación electrónica	22
Tabla 11	Implementación y mantenimiento de la facturación electrónica	23
Tabla 12	Principales dificultades que se ha enfrentado por la aplicación de la normativa tributari	24
Tabla 13	Inconvenientes con la emisión de facturas por cortes de luz	25
Tabla 14	Sistemas de respaldo y recuperación de datos	26
Tabla 15	emisión de facturas físicas	27
Tabla 16	porcentaje aproximado de facturas físicas	28
Tabla 17	Requisitos municipales para la instalación de vallas publicitarias	29
Tabla 18	Permisos municipales requeridos	30
Tabla 19	dificultades en el proceso de obtención de permisos	31
Tabla 20	Frecuencia de renovación de permisos municipales	32
Tabla 21	Revisión de las diferentes actualizaciones	33
Tabla 22	Fuentes de información	34
Tabla 23	Sanciones por incumplimiento	35

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1 Conocimiento de las normativas y regulaciones.....	15
Gráfico 2 Capacitación sobre las normativas.....	16
Gráfico 3 Controles internos.....	17
Gráfico 4 Importancia de conocimiento y cumplimiento de las normativas tributarias y municipales.....	18
Gráfico 5 Normativa de fácil cumplimiento.....	18
Gráfico 6 Familiarización del personal.....	19
Gráfico 7 Calificación del nivel de cumplimiento.....	20
Gráfico 8 Tipos de sistema de facturación.....	21
Gráfico 9 Costos aproximados mensuales en la implementación de facturación electrónica.....	22
.....	
Gráfico 10 Implementación y mantenimiento de la facturación electrónica.....	24
Gráfico 11 Principales dificultades que se ha enfrentado por la aplicación de la normativa tributaria.....	25
Gráfico 12 Inconvenientes con la emisión de facturas por cortes de luz.....	26
Gráfico 13 Sistemas de respaldo y recuperación de datos.....	26
Gráfico 14 emisión de facturas físicas.....	27
Gráfico 15 porcentaje aproximado de facturas físicas.....	28
Gráfico 16 Requisitos municipales para la instalación de vallas publicitarias.....	29
Gráfico 17 Permisos municipales requeridos.....	30
Gráfico 18 dificultades en el proceso de obtención de permisos.....	31
Gráfico 19 Frecuencia de renovación de permisos municipales.....	32
Gráfico 20 Revisión de las diferentes actualizaciones.....	33
Gráfico 21 Fuentes de información.....	34
Gráfico 22 Sanciones por incumplimiento.....	35

1 TEMA

APLICACIÓN DE LAS NORMATIVAS MUNICIPALES Y TRIBUTARIAS EN EMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2023.

2 INTRODUCCIÓN

La publicidad exterior experimenta diversos cambios, por ende, las agencias de publicidad deben ajustarse a estos cambios y acogerlos con firmeza ya que están concibiendo que el medio exterior se vuelva más dinámico que nunca debido a su capacidad de impacto en las campañas publicitarias (Moreira & Zambrano, 2020).

Con el avance de la publicidad exterior, los cambios que se han presentado y con la relevancia que ha tomado en nuestro país, este sector es llamativo en el norte del Distrito Metropolitano de Quito, donde se demuestra una amplia zona de concentración para los distintos tipos de publicidad exterior, y por ende, que se incrementen más negocios relacionados con este tipo de medio de difusión. Al momento que existen más empresas, se presentan constantes desafíos, especialmente en el cumplimiento de las normativas que regulen sus operaciones.

En los últimos años, se ha evidenciado en el Ecuador los distintos cambios que se ha tenido con respecto a las normativas tributarias y municipales, estos también han afectado al sector de publicidad exterior. La implementación obligatoria de la facturación electrónica y las diversas renovaciones de permisos municipales son algunos aspectos en los que las empresas tienen que regirse para seguir con sus gestiones habituales sin caer en sanciones o multas.

En varios sectores del país se ha visto como estas empresas han sido sancionadas, ya sea en periódicos, noticias, entre otros medios de información ya sea por distintas razones como faltas de licencias por parte del municipio o incumplimiento de sus obligaciones tributarias. Esto genera un entorno publicitario desordenado y una competencia desleal para las empresas que operan legalmente.

Este artículo académico busca investigar y analizar cuál ha sido el nivel de cumplimiento que han tenido estas empresas con los distintos reglamentos regulados por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Municipio de Quito y cuáles han sido las principales dificultades por las que este tipo de negocios han tenido que pasar para poder operar ordinariamente a pesar de los diversos cambios y leyes establecidas.

3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de vallas publicitarias ha sido una herramienta de suma importancia para el marketing y un instrumento vital en la visibilidad de distintas marcas en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito para el periodo 2023.

Según Dávalos y Amaya (Dávalos & Amaya, 2023) : “El uso principal es la difusión de la información sobre una campaña publicitaria que implica alguna novedad, como recordatorio de una marca o una concientización de un tema”.

En la actualidad en el mundo, con la publicidad, se ha transformado: la comunicación, el anunciante, la publicidad y el consumidor ya no responden a las concepciones tradicionales. Factores como la situación económica a nivel mundial, la permanente crisis del sistema publicitario, los profundos cambios en los medios de comunicación, el auge y desarrollo de la tecnología, el nuevo protagonismo del consumidor y el papel activo del mismo. Son algunos de los motivos por los que la publicidad ha evolucionado drásticamente (López, 2022).

A lo largo de los años, los sectores publicitarios han presentado un cambio constante debido a la evolución del entorno. Estas empresas necesitan mantenerse de una manera constante y activa por lo cual este tipo de empresas necesitan de inversiones fuertes que les permitan adaptarse a constantes cambios (Mora Beverly, 2022).

Debido a la evolución y mayor importancia que han tenido este tipo de empresas en el Ecuador, los entes reguladores como el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Municipio de Quito tienen que asegurarse que este tipo de empresas cumplan con las diferentes normativas que han sido impuestas.

Estas normas están en constante cambio, vale la pena mencionar que en los años recientes la implementación de la facturación electrónica es de manera obligatoria. En este tiempo, al ser empresas pertenecientes a las PYMES, diversos contribuyentes han debido adaptarse a esta modalidad según distintas resoluciones, el sector de vallas publicitarias y publicidad exterior entra en el año 2022 según la reforma NAC-DGERCG22-0000024 donde se menciona en su artículo 1:

Los sujetos pasivos del Impuesto a la renta obligados a facturar que, a la fecha de entrada en vigencia de la presente resolución, todavía no se encuentren obligados a emitir comprobantes de venta, retención y documentos complementarios en la modalidad electrónica, deberán incorporar este tipo de esquema a su actividad hasta el 29 de noviembre del 2022, de conformidad a lo establecido en la Disposición Transitoria Cuarta de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19 (SRI, 2022).

Esta resolución es la base para que muchos negocios entren de manera obligatoria a este régimen representando un cambio significativo en como este tipo de empresas gestionen sus obligaciones tributarias de manera responsable.

Las empresas dedicadas a esta actividad deben cumplir con las distintas leyes y regulaciones establecidas por el municipio, y obtener los permisos necesarios para operar legalmente. La adopción de estas normativas es crucial para que las empresas puedan funcionar adecuadamente dentro del marco legal.

Muchas empresas operan en un contexto donde la falta de supervisión efectiva y la escasa capacitación sobre la normativa vigente conducen a la instalación de vallas que no cumplen con los lineamientos establecidos, lo que causa que muchas de estas empresas sean clausuradas. según el periódico El Telégrafo se menciona:

En algunos espacios de la ciudad, las vallas interrumpen la señalética de tránsito y esto afecta la visibilidad de los conductores. En este marco, los lugares priorizados son las administraciones zonales Eugenio Espejo y La Mariscal. En estas se determinó que el 80% no han sacado permiso para colocarlas (El Telégrafo, 2023).

Además, el periódico El Comercio detalla: “Según detalló el Municipio, el 85% de las vallas publicitarias colocadas en Quito no cuentan con los permisos respectivos” (Puga, 2024).

Una de las dificultades de los contribuyentes ha sido el desconocimiento de la normativa ya sea por distintas razones como la falta de claridad en estas regulaciones, la desinformación o mal asesoramiento de los diferentes requisitos lo que dificulta la adopción de estas prácticas y una competencia desleal en diferentes sectores, en consecuencia, esto afecta a distintas organizaciones que cumplen de manera legal y responsable la normativa generando evasión y fraudes (Fernández et al., 2020).

3.1 Formulación De Problemas

3.1.1 *Problema general*

- ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de la normativa vigente por parte de las empresas de vallas publicitarias en el sector norte de Quito en 2023?

3.1.2 *Problemas específicos*

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de la normativa vigente entre los propietarios y gerentes de las empresas de vallas publicitarias en el sector norte de Quito?
- ¿Cuáles son las principales dificultades y obstáculos que enfrentan las empresas de publicidad dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias al momento de adaptar sus procesos a las nuevas normativas tributarias?
- ¿En qué medida las empresas de vallas publicitarias en el sector norte de Quito han obtenido los permisos municipales necesarios para su operación, y cuales son las principales razones que dificultan su obtención?

4 JUSTIFICACIÓN

El sector publicitario en el Ecuador ha ganado una gran importancia a lo largo de los años como una estrategia de marketing de distintas marcas ocasionando un impacto directo a la economía local.

La investigación sobre la aplicación de la normativa de las empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito se fundamentó en la importancia y la necesidad de comprender como el sector de vallas publicitarias ha cumplido con las normativas tributarias y municipales en el periodo 2023 y comprender cuales han sido las diversas dificultades por las que pasaron estas empresas con respecto al cumplimiento de estas normativas.

En primer lugar, teniendo en cuenta las problemáticas que el sector de vallas publicitarias ha vivido en la actualidad y el cambio constante que se presenta en la normativa. Este artículo respondió y estudió de manera objetiva el nivel del cumplimiento de la normativa en este tipo de empresas, lo que ha permitido evaluar el desempeño de estas organizaciones en la actualidad y fueron las medidas que las empresas tomaron para garantizar el óptimo cumplimiento de dichas normativas.

“Las normativas han sido de gran importancia para el Estado lo que ha permitido regular a través de regímenes jurídicos el comportamiento de los ciudadanos que nos obligan a cumplir sus disposiciones” (Tomalá Jesús, 2021).

El cumplimiento de la normativa vigente es fundamental para garantizar un entorno publicitario ordenado, seguro y agradable. Por lo tanto, el poder evaluar el nivel de cumplimiento de la normativa permitió identificar áreas problemáticas y buscar soluciones que beneficien tanto a las empresas como a la comunidad.

Es importante tener en cuenta los cambios que han existido en las normativas de los distintos entes reguladores como la implementación electrónica o el desconocimiento de las regulaciones como los permisos municipales, ya que esto ha causado desafíos para las empresas al momento de adaptarse a dichas disposiciones de los distintos entes reguladores, y en consecuencia ha causado clausulas y sanciones.

Estos puntos han resultado de gran importancia debido a que la comprensión y aplicación de la normativa son cruciales para la sostenibilidad de las empresas en el sector. Dado que la mayoría de empresas de vallas publicitarias operan sin los permisos adecuados, se han expuesto a sanciones. Por consiguiente, el conocimiento del nivel de entendimiento de los propietarios y

gerentes sobre las normativas permitió desarrollar una mayor concientización que los ha llevado a fortalecer el cumplimiento legal y conocimiento de la normativa.

Con esta información clara, un punto clave para la realización de este escrito fue identificar si existen brechas de conocimiento o falta de comprensión sobre la normativa en las empresas de vallas publicitarias. Este trabajo, desde un punto de vista académico, ha buscado informar acerca del cumplimiento de la normativa en empresas de vallas publicitarias con datos importantes que han permitido reflejar el nivel de conocimiento de la normativa en el sector de la publicidad exterior.

5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

- Evaluar el nivel de cumplimiento de la normativa vigente por parte de las empresas de vallas publicitarias en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito durante el año 2023.

5.2 Objetivos específicos

- Indagar el grado de conocimiento y percepción sobre las normativas vigentes entre los propietarios y gerentes de empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias.
- Identificar las principales dificultades que enfrentan las empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias en la aplicación de la normativa tributaria relacionada con la facturación electrónica.
- Evaluar el grado de cumplimiento de la obtención de permisos municipales por parte de las empresas de vallas publicitarias y analizar las principales razones que dificultan dicho proceso.

6 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

6.1 Marco teórico

6.1.1 *La publicidad*

La publicidad es definida como:

El conjunto de los recursos, procesos y actividades que buscan comunicar propuestas de valor referentes a ideas, entidades, productos o servicios. Persuadiendo a los integrantes de un determinado segmento objetivo para la realización de una determinada acción u obtención de posicionamiento (Leyton-Johns & Felipe Espinosa, 2021).

La publicidad, como se explica en el párrafo anterior, es una manera donde tanto personas naturales como entidades o empresas utilizan diferentes tipos de recursos buscando promover y proporcionar diversos productos o servicios además de presentar diversas propuestas de ideas, buscando influir a un grupo específico en las decisiones de compra y contratación de los consumidores.

Los tipos de publicidad se clasifican por diferentes categorías como la publicidad en función de su contenido (informativa, comparativa, emotiva, etc.) publicidad en número de anunciantes (individual y colectiva), en función a la actividad del anunciante (fabricantes o intermedios), en función al alcance regional (local, regional, nacional e internacional) (CEL, 2020).

Esta investigación se centra en el tipo de publicidad en función del medio de difusión (publicidad en internet, impresa, en radio, televisiva, exterior, telefónica, de boca a boca)(CEL, 2020).

La publicidad en función del medio de difusión

“los medios de difusión se refieren a la existencia de diversos canales de comunicación utilizados para difundir información a una amplia audiencia” (Worstell, 2024).

Estos medios son canales de comunicación que permitan transmitir información a un público diverso, ofreciendo muchas formas de llegar a la distinta audiencia con el objetivo de promover productos y servicios siendo fundamental para que estos mensajes sean efectivos y alcancen a la mayor cantidad de personas posibles.

6.1.2 *La publicidad exterior y las vallas publicitarias*

Desde la antigüedad, la publicidad exterior se ha expresado como un medio publicitario dominante que, su principal característica, es exponer anuncios al aire libre con distintos formatos tales como afiches, vallas publicitarias, letreros o de manera móvil como el transporte público. Teniendo un gran impacto dentro de los sitios de exposición y siendo un fuerte sistema de comunicación (Villareal, 2022).

Este tipo de publicidad es una forma de comunicación que busca proporcionar productos o servicios a través de diferentes formatos visuales en el espacio público, este tipo de publicidad está diseñada para captar la atención de las personas que están en lugares públicos.

Según se especifica en el artículo 2109 de la Ordenanza Metropolitana No. 52-2023:

Para efectos de esta sección, se entenderá por actividad publicitaria exterior a toda acción comunicacional encaminada a difundir, mediante los medios previstos en esta normativa, la existencia de un bien o servicio, de una actividad y/o mensaje de toda índole, dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

Teniendo esto en cuenta se podrá entender cuál es la finalidad de la actividad publicitaria exterior, las ordenanzas municipales y metropolitanas especifican dos clasificaciones que existen en este tipo de publicidad:

En primer lugar, el artículo 2110 especifica el concepto de publicidad exterior fija:

La publicidad exterior fija es aquella que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que implanten de manera temporal o permanente en el aspecto público, como sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el anexo único (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

La publicidad exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada a los usos permitidos, con sujeción a lo establecido en el anexo precitado (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

La siguiente clase mencionada en el artículo 2111 es la publicidad exterior móvil:

La publicidad exterior es aquella que tiene como finalidad la transmisión de mensajes publicitarios, a través de la utilización de medios de transporte como soportes publicitarios de carácter móvil, con sujeción a las reglas técnicas detalladas en el anexo único de título relacionado con las licencias metropolitanas (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

Para efectos de este artículo, se incluyen como medios de transporte a vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimientos por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente, debidamente habilitados administrativamente para este propósito (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

La publicidad en el Ecuador

En el Ecuador, se originó la publicidad con el origen de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP) cuyo fin es defender la profesionalidad de la actividad económica de la publicidad exterior junto a la participación de los fundadores de la entidad que se fundó en el año de 1968, dando paso al primer gremio que contribuye al acompañamiento productivo del sistema económico. El surgimiento de las primeras agencias de publicidad en el Ecuador fue de un gran apoyo para el gremio ya que con las acciones conjuntas emprendían seminarios con la participación de publicistas internacionales, esto ha llevado a una expansión y fortalecimiento de la publicidad que hoy en día se ha observado una demanda competitiva debido a los distintos cambios (Moreira & Zambrano, 2020).

En los años 20 la publicidad exterior se desarrolló mediante murales, con el objetivo de dar a conocer una marca comercial en concreto, a partir de 1960 se experimenta un proceso de avance dando lugar a la aparición de letreros y vallas publicitarias cuyos materiales eran tela, madera y pintura. Al pasar de los años se muestra un avance en las distintas técnicas de publicidad exterior como el screen en 1970 que es conocido como el pintado en capas sobre una misma superficie o el amoblado urbano (Moreira & Zambrano, 2020).

En otras palabras, este tipo de publicidad ha ido creciendo y evolucionando a lo largo de los años, se refleja la evolución en las diferentes décadas y se refleja en la innovación de los distintos tipos de publicidad en el sector como las agencias de vallas publicitarias se adaptan a nuevas técnicas.

Es importante tener en cuenta el contexto regulatorio al tomar decisiones en inversiones destinadas a este tipo de empresas. Los cambios en la forma de comunicar, impulsados por los factores como la tecnología y las nuevas regulaciones, lo que obligan a distintas organizaciones ecuatorianas a adaptarse a este tipo de cambios.

6.1.3 Marco regulatorio de la publicidad exterior

En el Ecuador, las distintas normativas que regulan este tipo de publicidad han ido en constante avance como la Ley Orgánica de Comunicación, la cual ha sido promulgada desde el año 2013, estableciendo el marco regulatorio para la comunicación social en el país, teniendo como objetivo garantizar los derechos de la libertad de expresión y acceso a la información (Diario Correo, 2023).

Además de este tipo de normativa, se pueden encontrar distintos tipos de ordenanzas que regulan la publicidad exterior, estos están regulados por los Municipios. Estas entidades establecen reglas sobre la ubicación, las dimensiones, el diseño y sobre todo los permisos necesarios para realizar las instalaciones.

Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior

En las definiciones generales del Distrito Metropolitano de Quito, las vallas publicitarias se especifican como:

Soporte publicitario exterior fijo con una o más superficies de exposición efectiva de una o dos caras, cuyo objetivo es transmitir mensajes publicitarios impresos. La superficie de exposición podrá estar anclada o sujeta a través de un elemento estructural fijo (Distrito Metropolitano de Quito, 2020).

En la Ordenanza Metropolitana No. 052-2023 capítulo V, artículo 2105 se especifica que:

El presente capítulo tiene por objetivo regular las condiciones a las que se sujetan las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar la colocación de la publicidad exterior con la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente, mantenimiento y mejora del ornato y paisaje del Distrito Metropolitano de Quito (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

En otras palabras, este artículo establece que todas las empresas dedicadas a vallas publicitarias y anuncios en espacios públicos en Quito (Publicidad exterior) deben cumplir con ciertas reglas. Estas normas buscan garantizar la seguridad de las empresas, proteger el medio ambiente y mantener la estética de la ciudad. Asegurando que la publicidad en Quito se haga de forma ordenada y respetuosa a la ciudad y a sus habitantes.

Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior

Según la Ordenanza Metropolitana 052-2023 Título VI. Artículo 1983 especifica que la Licencia Metropolitana es:

La Licencia Metropolitana (en adelante "LMU") es el acto administrativo mediante el cual el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de su derecho a habilitar, edificar o, a utilizar o aprovechar el espacio público (Concejo Metropolitano de Quito, 2023)

En esta misma Ordenanza, artículo 2124, especifica el LMU en la publicidad exterior:

La Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior es el acto administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular la utilización o aprovechamiento del espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

Lo que explican estos artículos de la ordenanza es que, para colocar una valla publicitaria o cualquier tipo de publicidad exterior en Quito, es necesario obtener este permiso del Municipio y cumplir con los diferentes requisitos para obtenerlo.

En el artículo 2126 de esta ordenanza especifica el alcance del LMU en la publicidad exterior o LMU (41) y esta se compone de:

El otorgamiento y obtención de la LMU (41) comporta únicamente: (a) que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en este título; (b) según corresponda a los procedimientos simplificado o especial la declaración de administrado sobre el cumplimiento de los requisitos administrativos y reglas técnicas que le son aplicables; o, la verificación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito del cumplimiento de aquellos a la fecha de verificación (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

La Licencia Metropolitana Urbanística (LMU) implica básicamente dos cosas: primero, que el dueño haya seguido todos los pasos y trámites establecidos en la ordenanza para solicitar la licencia. Segundo, que se haya comprobado que el proyecto cumpla con todas las normas de construcción y urbanismo de la ciudad. Esta comprobación puede hacerse de dos maneras, o bien se declara bajo juramento, que está todo en orden, o que el Municipio revisa si no existe alguna calamidad.

En el artículo 2127 se especifica que:

Están obligados a obtener el LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, y las comunidades que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros y publicidad exterior móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

Se exceptúan las dependencias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del estado cuyo objeto sea la divulgación de mensajes institucionales con firmes informativos (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

Además de esto es importante tener en cuenta que el titular del LMU (41), según el artículo 2133 de la Ordenanza Metropolitana No. 05-2023, se declara responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que se hayan efectuado en el formulario de solicitud y que las licencias emitidas serán inscritas en el Registro General de Licencias Metropolitanas (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

Ordenanza Metropolitana que establece el régimen administrativo de las licencias metropolitanas y, en particular de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) en el Distrito Metropolitano de Quito.

En el artículo 1923 de la Ordenanza Metropolitana No. 05-2023 especifica al LUAE como:

La LUAE es el acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el desarrollo de las actividades económicas en un establecimiento determinado ubicado en la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

El LUAE es un documento indispensable para cualquier persona o empresa que quiera desarrollar una actividad económica en Quito ya que significa un permiso de operación que garantiza que el negocio se está llevando a cabo de manera legal y ordenada.

En el artículo 1928 se especifica que:

Están obligadas a obtener el LUAE todas las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que ejerzan actividades económicas, con o sin finalidad de lucro, en establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito (Consejo Metropolitano de Quito, 2023).

6.1.4 Sanciones por incumplimiento municipal

En el capítulo V, sección IX de la Ordenanza Municipal No. 052-2023 se especifican en los distintos artículos el régimen sancionatorio de este tipo de publicidad.

En el artículo 2156 especifica que:

Los administrados que hayan colocado publicidad exterior sin la autorización del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, o sin adjuntarse a las normas administrativas y reglas técnicas previstas en esta normativa metropolitana y su Anexo Único, serán sancionados por una multa equivalente al sesenta por ciento (60%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, así como el desmontaje o retiro de publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción. No obstante, para el caso de la publicidad fija de uno a ocho metros cuadrados y la publicidad móvil de silla de ruedas, bicicletas y vehículos de hasta 50 c.c., se aplicará una multa del veinte por ciento (20%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, sin perjuicio del desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción. La sanción

general prevista en esta disposición será aplicable igualmente cuando el contenido de la publicidad contravenga lo establecido en el artículo 2112 relacionado con los medios de expresión publicitaria no autorizados (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

En la Ordenanza Metropolitana No. 052-2023, artículo 2113 se especifica las prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija donde se explica que se prohíbe algunos ítems en particular: las vallas publicitarias y tótems publicitarios en áreas históricas y bienes inventariados; la publicidad exterior en espacios naturales protegidos, en árboles, márgenes de ríos y quebradas y todas aquellas que pretenda ser instalados en un radio de doscientos metros de miradores y observatorios de la ciudad; además, se prohíbe su instalación en postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos; la publicidad exterior que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización urbana, entre otros ítems (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

En el artículo 2157 se especifica que:

El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previéndole de retirar la publicidad exterior en el plazo de cinco días contados desde la fecha de notificación. En caso de incumplimiento, los órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito procederán a la ejecución sustitutoria a costa del administrado que deberá abonar los gastos de desmontaje, transporte, almacenamiento y bodegaje, independientemente de las sanciones que hubiera lugar (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

En este capítulo se especifican los distintos tipos de sanciones que las empresas de publicidad exterior están sometidas en cuanto a la instalación.

6.1.5 *Facturación electrónica*

La facturación electrónica es un documento tributario generado por medios informáticos en formato electrónico que permite la emisión, recepción y almacenamiento de facturas reemplazando los diversos comprobantes en papel pero que conserva su validez legal con diversas condiciones de seguridad (Zamora Choez & Carlos Arturo, 2024).

En función a lo antes referido, se entiende que la facturación electrónica es un documento digital en el que se registra información sobre la transferencia de diversos bienes o servicios, esta información se almacenará en formatos que puedan ser leídos en computadora y demás dispositivos electrónicos. Estos documentos deben cumplir con las diversas regulaciones legales aplicables y normativas pertinentes actuales en el Ecuador lo que hace que este tipo de documentos garanticen el origen y la autenticidad.

Firma electrónica

Para que la facturación electrónica tenga validez es necesario complementarla con la firma electrónica. La firma electrónica se define como:

Una información adjunta o relacionada con un mensaje de datos en formato electrónico, que puede utilizarse para identificar al propietario de la firma en relación con el mensaje de datos y para demostrar que el autor acepta y confirma la información, en dicho mensaje. Una firma electrónica reemplaza una firma escrita (Menoscal, 2023).

La firma electrónica, en otras palabras, es un conjunto de datos digitales que se asocian a un documento electrónico cumpliendo con distintas funciones como identificar quien está firmando el documento y que la persona que lo firma está de acuerdo con el contenido. Esto proporcionará autenticidad y garantizará validez legal a la factura electrónica.

Características

La facturación electrónica es una herramienta que ha servido de beneficio para las entidades tributarias reguladoras como para los distintos contribuyentes que se adaptaron a esta modalidad. Además, se caracteriza por minimizar errores y que exista un mejor control para perfeccionar procesos y mejorar la relación con los clientes (Díaz, 2023).

Marco legal y evolución de la facturación electrónica en el Ecuador

Ecuador da sus primeros pasos hacia la modalidad de la facturación electrónica en abril del 2009 con la resolución No. NAC-DGERCGC09-00288, en esta se especifican las pautas y lineamientos para la emisión de distintos documentos fiscales, como las facturas, documentos complementarios y comprobantes de retención (Díaz, 2023).

Para el año 2011 se realizaron los primeros preparativos, con el objetivo que, en el año 2012 mediante la Resolución No. NAC-DGERCGC12-00105 de inicio el “plan piloto” con 38 contribuyentes que manejan la emisión de la firma electrónica para la emisión de comprobantes, donde se estableció normas para el nuevo esquema de emisión de comprobantes electrónicos (Díaz, 2023).

En el año 2013 y 2014 el Servicio de Rentas Internas (SRI) emitió las resoluciones No. NAC-DGERCGC13-00236 publicada en el Registro Oficial No. 956 del 17 de mayo del 2013 y No. NAC-DGERCGC14-0157 publicada el 31 de marzo del 2014 en las que se informa la obligatoriedad del ingreso de la facturación electrónica y el calendario de los contribuyentes obligados a emitir este tipo de facturación (Cabezas & Andrade, 2021).

Para los datos 2014-2016 el sistema del Servicio de Rentas Internas (SRI) planteó un sistema de obligatoriedad para emitir comprobantes electrónicos para un conjunto de 25853 sujetos pasivos del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Para la emisión de comprobantes los contribuyentes tuvieron que registrarse a un proceso compuesto por tres etapas (Ramírez-Álvarez et al., 2022).

Etapa de desarrollo: Los contribuyentes obligados desarrollan su propio esquema de facturación y adecuaban sus sistemas contables (Ramírez-Álvarez et al., 2022).

Etapa de prueba: Se verifica si los sistemas de facturación desarrollados funcionan con la emisión de comprobantes electrónicos (Ramírez-Álvarez et al., 2022).

Etapa de producción: Se inicia el proceso de emisión formal de comprobantes electrónicos en las transacciones de consumo intermedio u optativamente en las de consumo final (Ramírez-Álvarez et al., 2022).

El SRI, en el 2014, inicio un proceso de introducción a la emisión de comprobantes electrónicos lo que obligo a ciertas empresas a adaptarse a este tipo de procesos e incorporar al sistema (Arellano et al., 2023).

En el 2014 da inicio la facturación electrónica con los diferentes contribuyentes especiales para buscar una mejora en el control fiscal, en el año 2015 la administración tributaria emite 4 resoluciones en las que se indica que contribuyentes especiales y distintos exportadores, además de incluir diferentes entidades del sector público (Calderón, 2024).

Para el año 2018 existe una larga lista de contribuyentes a integrarse en el sistema de facturación electrónica. En este allí se crearon dos resoluciones en las que se establece la obligatoriedad en los proveedores del Estado, quienes tengan transacciones con diferentes exportadores, los que tengan ingresos mayores o iguales para las medianas

empresas, importadores habituales de bienes, agentes de aduana, sujetos pasivos del impuesto a los consumos especiales y demás contribuyentes (Calderón, 2024).

Otra resolución importante fue emitida el 27 de mayo del 2022. La resolución NAC-DGERCGC22-0000024 se especifica que es una obligación para todos los contribuyentes registrarse a esta modalidad en línea, excluyendo al régimen RIMPE Negocio Popular que cuenten con ingresos brutos hasta 20.000 anuales. (Moreno & Stefanny, 2022).

6.1.6 *Cambios recientes en la normativa ecuatoriana*

Los cambios en la normativa ecuatoriana han sido recientes y han generado desafíos a las empresas para adaptarse a los distintos requerimientos formales. Además, la falta de claridad y la complejidad de la normativa puede generar incertidumbre y aumentar los riesgos de incumplimiento. Hay muchos cambios en la normativa que han tenido relevancia a lo largo del tiempo, algunos relevantes e importantes son:

Ley Orgánica para el Desarrollo Económica y sostenibilidad Fiscal tras la pandemia del COVID – 19

El 29 de noviembre del 2021, se publica en el Registro Oficial el tercer suplemento No. 587, donde se especifica varias reformas, la reforma que afecta directamente en el sector tributario se encuentran en el capítulo V “Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE)” en su artículo 97.1 se especifica que:

Se establece el régimen RIMPE, para el pago del Impuesto a la Renta, a los emprendedores y negocios populares regulados de acuerdo a las disposiciones contenidas en el presente capítulo de esta ley. El sujeto al RIMPE no excluye la aplicación al régimen ordinario, respecto a las actividades no comprendidas en el mismo (LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, LRTI, 2021).

Este artículo indica que el nuevo régimen es una opción tributaria para diversos tipos de negocios donde emprendedores y negocios populares optan por este régimen para facilitar el cálculo y pago de los diversos tipos de impuestos, pero teniendo en cuenta que existen actividades excluidas de este régimen, lo que obliga a seguir reglas de régimen general.

Sanciones por incumplimiento en emisión de comprobantes

El informe plantea que los negocios que no entreguen comprobantes de venta paguen una multa de unos 30 salarios unificados. Sin embargo, no entregar el comprobante ya no sería un causal de clausura del local. El contribuyente tendría un plazo de hasta 10 días para subsanar la falta (Orozco, 2023).

Esta reforma trata un cambio importante en los distintos negocios en el Ecuador, en los que también entra el sector de vallas publicitarias. Esta reforma trata de que existirá una sanción cuando no se emitan los comprobantes de venta correspondientes. En esta normativa se explica que en lugar de clausurar un negocio de manera inmediata se les brindará un plazo de 10 días a los contribuyentes, y si esto no se cumple se les exigirá a pagar una multa económica que varía entre 1 a 30 salarios básicos dependiendo de la gravedad o frecuencia del incumplimiento. Este cambio ayuda a facilitar el cumplimiento de las distintas reglas fiscales y dar más tiempo a los negocios de poder corregir sus errores.

6.2 Marco Conceptual

6.2.1 *Facturación electrónica*

La facturación electrónica es un sistema que posibilita la emisión de facturas digitales, las cuales cumplen con los requisitos legales establecidos por el Servicio de Rentas Internas

(SRI), garantizando la integridad, así como la autenticidad del contenido y el origen del documento (Moreano Guerra et al., 2023).

La implementación de la facturación electrónica es una obligación legal para todas las empresas incluyendo las dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias, por lo tanto, el cumplimiento de esta norma es un indicador del nivel de cumplimiento general de la normativa.

6.2.2 *Normativa*

Una normativa es la agrupación (o conjunto) de normas establecidas con el fin de regular comportamientos, conductas o modos de proceder en una cierta actividad, materia o esfera. Una norma, cabe aclarar, es un precepto de orden jurídico que se asocia a las ideas de orden y reglamentación (Gudiña, 2024).

En el contexto de la investigación, la normativa se refiere al conjunto de leyes, regulaciones y directrices establecidas por las autoridades públicas que regulan comportamientos y actividades de las empresas de vallas publicitarias en el Ecuador. La normativa busca garantizar el orden, la seguridad y la integridad del entorno urbano, así como proteger los derechos de los consumidores y la comunidad en general.

6.2.3 *Ordenanzas Municipales*

“Las Ordenanzas Municipales son normas generales emanadas por el Concejo Municipal. Las resoluciones son notas de gestión administrativa. Las Ordenanzas y Resoluciones son normas de cumplimiento obligatorio a partir de su población” (Gob.ec, 2024).

Las ordenanzas municipales son herramientas clave para garantizar el cumplimiento de la normativa en el sector de vallas publicitarias en Quito. Al analizar estas ordenanzas se podrá identificar los requisitos específicos que deben cumplir las empresas, los procedimientos a seguir y las sanciones en caso de incumpliendo.

6.2.4 *Permisos municipales*

“Es la acreditación otorgada por las Municipalidades en favor del desarrollo de actividades con carácter económico en algún establecimiento, ello a beneficio de quienes laboran en dicho ámbito” (Vargas, 2021).

Los permisos municipales se otorgan a personas naturales o jurídicas para llevar a cabo ciertas actividades dentro de la jurisdicción.

6.2.5 *Publicidad exterior*

Según el artículo 2108 de la Ordenanza Metropolitana No. 052-2023 se especifica:

Para efectos de esta sección, se entenderá por publicidad exterior aquella que es visible desde el espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común (Concejo Metropolitano de Quito, 2023).

El cumplimiento de las normativas que regulan la publicidad exterior es fundamental para mantener un orden en el espacio urbano y preservar el entorno visual de la ciudad.

Las empresas dedicadas a este tipo de publicidad deben adherirse a las regulaciones vigentes a la ubicación, diseño y permisos necesarios para instalar dicha publicidad, reflejando una responsabilidad social y legal. Este cumplimiento no solo asegura una práctica publicitaria ética, sino también influye en la sostenibilidad a largo plazo de las empresas del sector.

7 MARCO METODOLÓGICO

7.1 Diseño de la investigación

Para este artículo académico se utilizó el diseño no experimental transversal ya que se analizó como las empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias han aplicado las normativas tributarias y municipales expuestas en la indagación únicamente en el periodo 2023.

7.2 Tipos de investigación

El tipo de investigación utilizado fue el descriptivo ya que, al momento de indagar acerca de las normativas y el grado de conocimiento y cumplimiento que han tenido los gerentes para sus empresas, se permitió identificar cuáles fueron las principales dificultades enfrentadas por las mismas.

7.3 Métodos de la investigación

El método cualitativo se utilizó en esta investigación, debido que se realizó diversas encuestas acerca del cumplimiento de la normativa en las empresas con un enfoque de exploración a los diversos desafíos y realidades que han enfrentado los gerentes para que sus negocios puedan seguir operando sus negocios de manera legal en el contexto de la normativa vigente.

Estas encuestas han permitido formular conclusiones a partir de los datos empíricos proporcionados por los encuestados.

7.4 Determinación de la población y muestra

Es importante identificar una muestra significativa de este tipo de empresas. Para esto se realizó una búsqueda de empresas dedicadas a la publicidad exterior en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y en el catastro tributario reflejado en la página del Servicio de Rentas Internas (SRI) donde se han encontrado 1548 registros entre régimen RIMPE y GENERAL en total en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

De estas empresas se ha filtrado el sector correspondiente a la investigación además de consultar si se encuentra activa la situación legal de la empresa en la página del Servicio de Rentas Internas (SRI) lo que ha dado resultado un total de 121 empresas.

Aplicando la fórmula de la muestra

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

Donde

n: Tamaño de la muestra buscada

N: Tamaño de la población (121)

Z: Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza 80% = 1.28

he: Error de estimación (0.10)

p: Probabilidad de éxito (0.5)

q: Probabilidad que no ocurra el evento estudiado (1-p)

$$n = \frac{121 * 1.28^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{0.10^2 * (121 - 1) + 1.28^2 * 0.5(1 - 0.5)}$$

Donde el tamaño de la muestra revela un total de 30 empresas para realizar las encuestas mencionadas.

Tabla 1 Tabla de la muestra

N	RAZÓN SOCIAL / NOMBRE COMERCIAL	RUC
1	SIETEOCHO PUBLICIDAD S.A.S.	1793195814001
2	FAST DESIGN PUBLICIDAD FDP CIA.LTDA.	1792771390001
3	INDUVALLAS CIA. LTDA.	1790881733001
4	COMUNICAGRAPH CIA. LTDA.	1792086752001
5	MENDEZ PUBLICIDAD	1713132114001
6	OP SOLUCIONES GRÁFICAS	1714294889001
7	EDITORIAL PATRIA	1708753056001
8	ZEUS.NET	1713927786001
9	DIGITAL PROYECTS	1792265371001
10	P.O.P Media	1707825103001
11	KILLA CREATIVA	1792564212001
12	VIXLUM	'0401612122001
13	GRUPOPRINT S.A.S.	1793213653001
14	GIROVISUAL PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.	1793213372001
15	MARKPRINT S.A.S.	1793212243001
16	MEGAPUBLI-ECUADOR S.A.S.	1793214868001
17	PROMOPUBLI S. A	1792643112001
18	ROTULAB	1793198940001
19	LOGOSAPIENZ CIA. LTDA.	1791869133001
20	KACTUS	1725381840001
21	PUBLI POINT C. A	1791895053001
22	COOL BRAND PUBLICIDAD S.A.	1792327253001
23	CREACTIVA PUBLICIDAD BTLADVERT CIA.LTDA.	1792148618001
24	GRAFICAS ERAZO	1791779975001
25	DIMARO	'0502113921001
26	MIRATE PUBLICIDAD MIRAKPUB CIA. LTDA.	1792423171001
27	DIGITAL PRINTING	1727400838001
28	IMAGINARIOS PUBLICIDAD	1792585848001
29	PRINTSTUDIO	1712485976001
30	PROPRINT	1792487218001

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

8 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta 1: ¿Conoce las normativas y regulaciones municipales vigentes sobre la publicidad exterior?

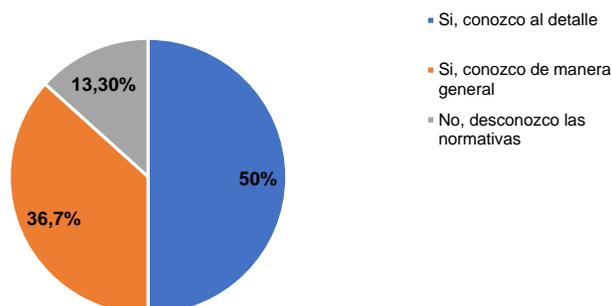
Tabla 2 Conocimiento de las normativas y regulaciones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si, conozco al detalle	15	50.00%
Si, conozco de manera general	11	36.7%
No, desconozco las normativas	4	13.3%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfica 1 Conocimiento de las normativas y regulaciones



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Con un porcentaje de 50% de los encuestados, se puede visualizar que tienen un conocimiento detallado de las distintas normativas y regulaciones que rigen a este tipo de publicidad, el 36.7% de los encuestados tienen un conocimiento general de la normativa y las regulaciones y por último un 13.3% tienen un conocimiento nulo acerca de las normativas.

Análisis: Los datos que se han recolectado revelan que existe un buen nivel de conocimiento de la normativa en el sector, la mitad de los encuestados demuestran un entendimiento más profundo de la normativa y los diversos permisos que necesitan para el manejo de las operaciones de sus empresas, lo que demuestra que tienen una base más sólida. En este grupo de participantes se integran los que regularmente se capacitan en los diversos permisos de funcionamiento, además de los negocios en los que tienen la oportunidad de recibir asesoría para que exista una mayor comprensión en la normativa. También se demuestra que un porcentaje de los propietarios tienen un conocimiento general, lo que evidencia una existencia de un conocimiento básico de las regulaciones. Esto es un punto medio en la población debido a que, aunque se tenga una familiaridad con las regulaciones, su nivel de conocimiento no es

exhaustivo pero si es el necesario para el manejo de su actividad económica. Y un porcentaje mínimo que presenta un conocimiento nulo que, aunque signifique una pequeña parte de la muestra, es un aspecto preocupante ya que refleja un riesgo para las empresas dando resultado a diversas sanciones o multas.

Pregunta 2: ¿Ha recibido capacitación sobre normativas y regulaciones municipales y tributarias aplicables a las empresas de publicidad exterior?

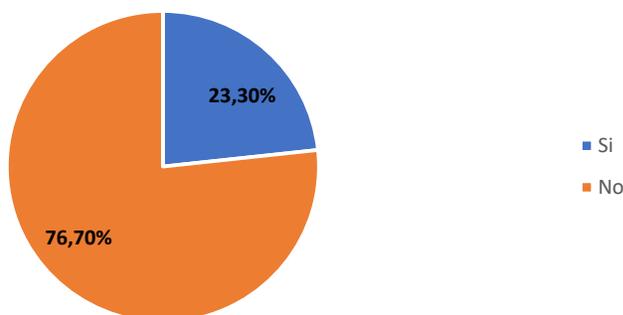
Tabla 3 capacitación sobre las normativas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	23.3%
No	23	76.7%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 2 Capacitación sobre las normativas



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se refleja que el 76.7% de los encuestados no ha recibido capacitaciones de las normativas tributarias y municipales aplicables a la publicidad exterior, mientras el 23.3% de los encuestados si se ha capacitado en dicha normativa

Análisis: Aunque el 50% de los encuestados de la pregunta anterior, consideran que tiene un nivel de conocimiento detallado solo un 23.3% ha recibido una capacitación formal, dando paso a que exista una medida proactiva en estas empresas de mantenerse en una formación continua sobre las distintas normativas que rigen su actividad. El 76.7 % no han recibido una capacitación se demuestra un nivel de entendimiento profundo a través de otro tipo de caminos como lo son el asesoramiento externo, la experiencia práctica, o la autoformación acerca del negocio de publicidad exterior y las normativas necesarias para seguir con sus operaciones que estén dentro de un marco legal. El 13.3% que presenta un nivel de conocimiento nulo de la normativa en la pregunta anterior es una cifra preocupante ya que, al no conocer de las normativas y por ende no recibir capacitaciones, repercute negativamente en las operaciones del negocio generando sanciones y multas.

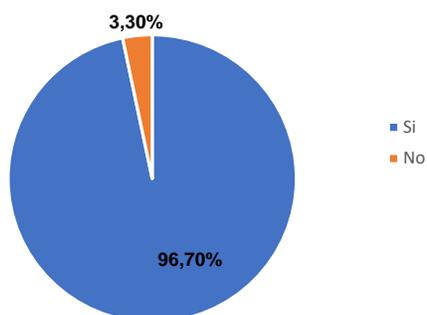
Pregunta 3: ¿Su empresa ha realizado controles internos para asegurarse de cumplir con las normativas vigentes?

Tabla 4 Controles Internos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	96.7%
No	1	3.3%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 3 Controles internos



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: En el gráfico se visualiza que el 96.7% de los encuestados han realizado diversos controles internos que verifiquen que su empresa cumpla con las normativas, mientras el 3.3% de los encuestados no ha realizado este control.

Análisis: A pesar de existir disparidad con el conocimiento y claridad en las normativas, existe un alto grado de compromiso con el cumplimiento tributario y municipal debido a que la mayoría de los encuestados realizan controles internos, dependiendo al tamaño de la empresa. Algunas empresas medianas han optado como medida de control el tener un personal especializado tanto para la facturación y normativas tributarias y un distinto grupo que se encargue de las funciones municipales, empresas más pequeñas han optado por buscar capacitaciones para que el personal se encuentre formado en cuestiones municipales y tributarias. Un mínimo porcentaje encuestado demuestra que no se han realizado controles internos lo cual en cierta parte es preocupante, aunque es un porcentaje relativamente menor, indica que existen empresas que operan sin la garantía que exista un cumplimiento normativo.

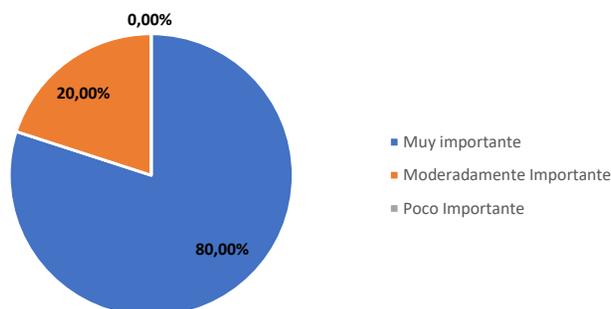
Pregunta 4: ¿Qué tan importante considera que es el conocimiento y el cumplimiento de las normativas tributarias y municipales para su negocio?

Tabla 5 Importancia de conocimiento y cumplimiento de las normativas tributarias y municipales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	24	80.00%
Moderadamente Importante	6	20.00%
Poco Importante	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 4 Importancia de conocimiento y cumplimiento de las normativas tributarias y municipales



Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Para el 80% de los encuestados el conocimiento de las normativas municipales y tributarias son de mucha importancia mientras que para el 20% si es su conocimiento, pero de manera moderada. Para ninguna encuestado es poco importante el conocimiento y el cumplimiento de la normativa.

Análisis: Para todas las empresas el conocimiento de las normativas tributarias y municipales es importante para el manejo de sus negocios. La mayoría de gerentes y propietarios consideran que es de suma importancia estas normas para llevar a cabo su actividad económica, esto se demuestra en el interés de cada propietario en que su negocio cumpla con el marco legal establecido al momento de realizar controles internos y auto educarse con las diversas normativas para estar al tanto de cualquier dificultad que presenten estas empresas en estos ámbitos. Un pequeño porcentaje de la población considera que el conocimiento de este tipo de normativas es moderadamente importante, esto significa que tienen en cuenta el peso de estas regulaciones y es necesario que exista un nivel de información básico para la realización de las distintas funciones. Este nivel de importancia que se muestra en este sector tiene un impacto positivo lo cual es esencial para la sostenibilidad y la reputación de cada negocio en un sector como el de la publicidad exterior.

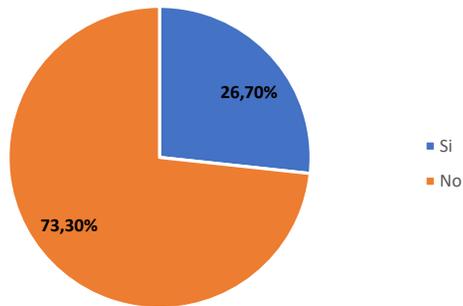
Pregunta 5: ¿Considera que la normativa municipal y tributaria vigente para el sector de vallas publicitarias es clara y de fácil cumplimiento?

Tabla 6 normativa de fácil cumplimiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	26.7%
No	22	73.3%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 5 Normativa de fácil cumplimiento



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se refleja que, para el 73.3% de los encuestados la normativa tributaria y municipal relacionada con la publicidad exterior no es lo suficientemente clara mientras que para el 26.7% de los encuestados la normativa es sencilla y de fácil cumplimiento.

Análisis: La complejidad normativa en el sector es un gran desafío para las empresas. Se han demostrado, en las anteriores preguntas, que existe un alto grado de compromiso al realizar controles internos y muchas empresas consideran la normativa de mucha importancia pero demuestra que, aunque exista un porcentaje de gerentes con un conocimiento detallado, esta no es lo suficientemente clara, debido a que existe una percepción de que las regulaciones son complejas. Algunas empresas han buscado soluciones como asesorías acerca de la normativa. Mientras que un porcentaje mínimo considera que esta normativa es de fácil cumplimiento por diversas razones como la familiaridad en los diversos procesos como la facturación electrónica o distintos requerimientos al momento de obtener permisos de funcionamiento en el municipio.

Este hallazgo es crucial, debido a que la claridad y la facilidad del cumplimiento de las normativas son factores determinantes en la efectividad de su aplicación. La dificultad que existe entre los gerentes puede llevar a la falta de cumplimiento, lo que a su vez puede resultar en sanciones o en el riesgo de operar de manera ilegal.

Pregunta 6: ¿Qué tan familiarizado está el personal con los requisitos y procedimiento de la facturación electrónica?

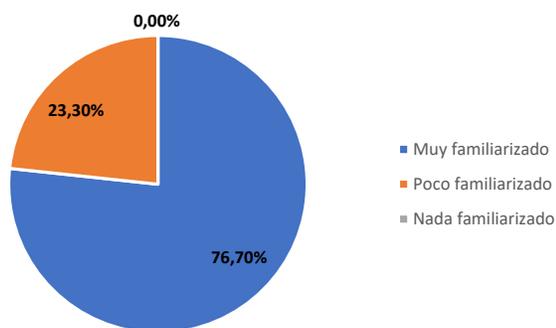
Tabla 7 Familiarización del personal

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy familiarizado	23	76.7%
Poco familiarizado	7	23.3%
Nada familiarizado	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 6 Familiarización del personal



Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: En esta pregunta se refleja que el 76.7% de los encuestados consideran que el personal está lo suficientemente familiarizado con la facturación electrónica, mientras que el 23.3% de los encuestados no está lo suficientemente familiarizado con los requisitos y procedimientos acerca de este proceso.

Análisis: Es evidente la familiarización con la facturación electrónica debido a que en estos años en los que se ha implementado esta modalidad, muchas personas han aprendido los requisitos de facturación. Además de que en este porcentaje de encuestados se encontraron personas dedicadas únicamente a esta modalidad, lo que evidencia que el personal está adecuadamente informado y capacitado. Esto es un indicador positivo a razón de que estas empresas pueden facilitar su nivel de cumplimiento en la normativa tributaria al momento de tener familiarización con los procesos realizados a lo largo del periodo. También se refleja un porcentaje bajo que, a pesar de que en este tiempo la facturación electrónica sea esencial en las empresas, muchos gerentes encargan a una sola persona esa labor causando una brecha en el conocimiento y comunicación entre los encargados de facturar electrónicamente y el gerente de la empresa.

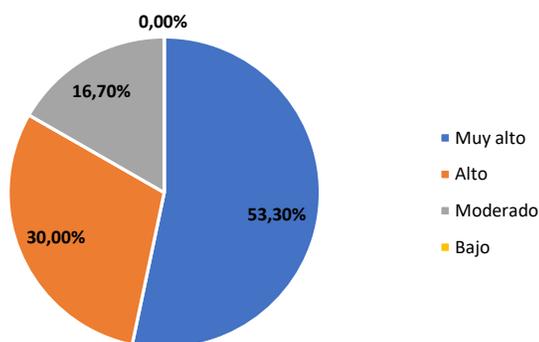
Pregunta 7: ¿Cómo calificaría el nivel de cumplimiento de su empresa con las normativas tributarias vigentes?

Tabla 8 Calificación del nivel de cumplimiento

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	16	53.3%
Alto	9	30.00%
Moderado	5	16.7%
Bajo	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 7 Calificación del nivel de cumplimiento



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación : el 53.3% de las personas califican el nivel de cumplimiento de su empresa con las normativas tributarias vigentes en un rango muy alto, tambien en esta pregunta muestra que el 30% presentan un rango alto en el nivel de cumplimiento de estas normas en su empresa, sin embargo el 16.7% califican este cumplimiento en un nivel moderado.

Análisis: Mas de la mitad de encuestados presentan un nivel de cumplimiento muy alto, sintiendose seguras que estan reflejando una buena gestión interna y esta tomando de una manera mas seria sus responsabilidades tributarias.

A parte de que, el 30% muestran un alto nivel de cumplimiento con las normativas en el ambito tributario. Dando a entender que, aunque no se consideran con un grado muy alto, si mantienen un buen estandar y practicas sólidas y responsables.

Sin embargo un pequeño porcentaje de empresas muestran que su cumplimiento es moderado. Si bien las empresas cumplen con este tipo de normas, algunos empleados estan enfrentando desafios como la falta de conocimiento de las normativas tributarias, recursos limitados o cambios recientes lo que lleva a que exista problemas en la implementacion de la normativa tributaria en su gestión.

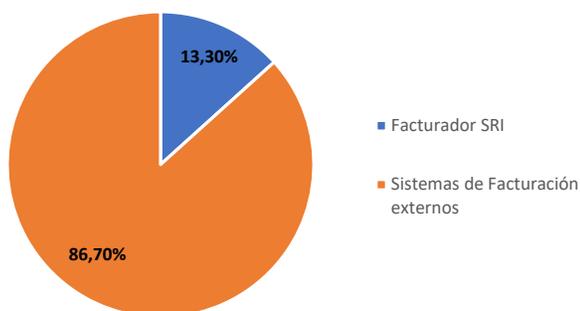
Pregunta 8: ¿Qué tipo de sistema de facturacion electrónica utiliza su empresa?

Tabla 9 Tipos de sistema de facturación

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SRI	Facturador	4	13.3%
	Sistemas de Facturación externos	26	86.7%
	Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 8 Tipos de sistema de facturación



Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: En esta pregunta se refleja que el 86.7% de los encuestados utilizan sistemas de facturación externos mientras que el 13.3% de los encuestados utilizan el facturador electrónico SRI.

Análisis: La mayoría de encuestados optan por un facturador electrónico distinto que el facturador SRI, esto se debe a que muchas empresas prefieren soluciones especializadas. Al existir facturadores externos que ofrecen características avanzadas y que se adapten mejor a las necesidades específicas de cada negocio, el personal busca herramientas que se adapten a necesidades específicas. No obstante, un grupo minoría ha preferido el facturador ofrecido por el SRI, dando a entender que estas empresas prefieren una solución más integrada y posiblemente más sencilla, que cumpla con los requisitos fiscales establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

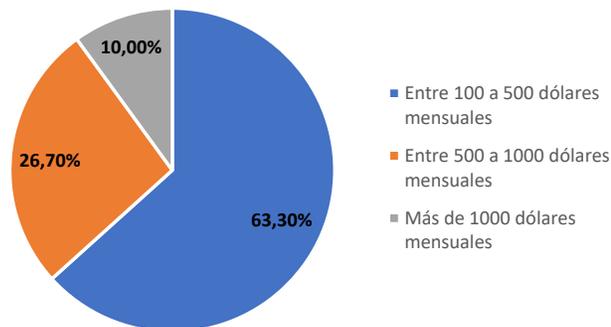
Pregunta 9: ¿Cuáles son los costos aproximados mensuales en los que ha incurrido la empresa para la implementación de la facturación electrónica?

Tabla 10 Costos aproximados mensuales en la implementación de facturación electrónica

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Entre 100 a 500 dólares mensuales	19	63.3%
Entre 500 a 1000 dólares mensuales	8	26.7%
Más de 1000 dólares mensuales	3	10.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 9 Costos aproximados mensuales en la implementación de facturación electrónica



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Esta encuesta refleja que un 63.3% de las personas realizan un costo mensual entre 100 a 500 dólares mensuales mientras que un 26.7% de las empresas realizan un costo mensual entre 500 a 1000 dólares mensuales y solo un 10% de los negocios encuestados pagan 1000 dólares mensuales aproximadamente en la implementación de la facturación electrónica

Análisis: La investigación de los costos asociados con la implementación de la facturación electrónica resalta la diversidad en las necesidades y enfoques de las empresas en el sector. Se demuestra que la mayoría optan por incurrir en costos entre 100 a 500 dólares mensuales. En el mercado existen facturadores que, por costos accesibles, cumplen con funciones básicas y satisfacen las necesidades de la empresa. Por otro lado un 26.7% han buscado opciones que permitan ofrecer funciones adicionales como características avanzadas, que tengan un mejor soporte técnico del facturador. Muchos negocios están dispuestos a invertir en sus operaciones para que el negocio cumpla con eficiencia la normativa tributaria. Por último un porcentaje minoritario reportan costos entre los 1000 mensuales, esta cifra demuestra que estas empresas optan por sistemas más grandes debido a la variabilidad de necesidades y capacidades.

La elección de un facturador externo, aunque preferida por la mayoría de los encuestados, tiene distintas implicaciones en términos de costos, soporte y capacitación debido a que cada empresa busca facturadores que abarquen su nivel de necesidad a una tarifa baja.

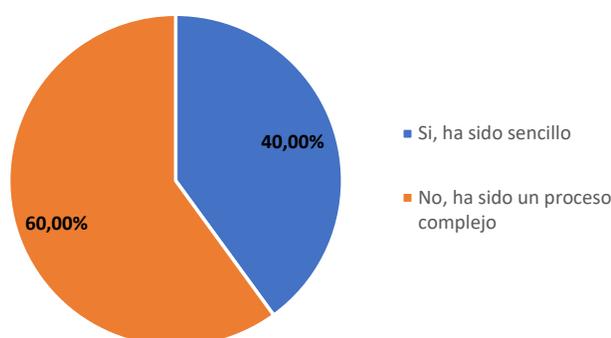
Pregunta 10: ¿Considera que la implementación y mantenimiento de la facturación electrónica ha sido un proceso sencillo para su empresa?

Tabla 11 Implementación y mantenimiento de la facturación electrónica

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si, ha sido sencillo	12	40.00%
No, ha sido un proceso complejo	18	60.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 10 Implementación y mantenimiento de la facturación electrónica



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se demuestra que para un 60% de los encuestados, la implementación y mantenimiento de la facturación electrónica ha sido un proceso complejo mientras que el 40% piensa que esta modalidad ha sido sencilla.

Análisis: Se considera que la implementación de facturación electrónica para su empresa ha sido un proceso complejo. Algunos encuestados han especificado que, por los diversos sistemas de facturación, algunos empresarios han enfrentado diversas dificultades a parte de los diversos costos mensuales. El 40% de los encuestados, por el contrario, demuestran haber tenido una experiencia positiva en este ámbito, ya que para ellos ha sido un proceso más llevadero por distintos elementos como una mejor preparación o capacitación adecuada o la elección de un sistema de facturación que cumpla con sus necesidades operativas.

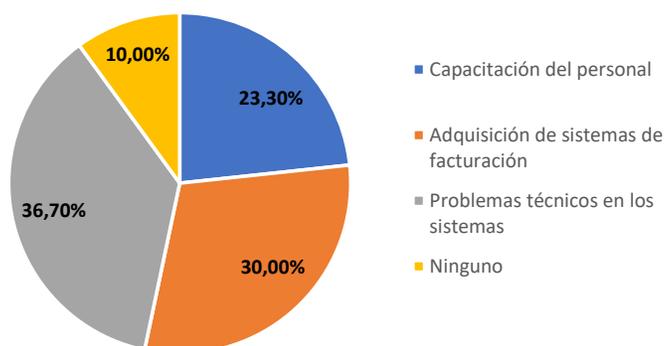
Pregunta 11: ¿Cuáles han sido las principales dificultades que la empresa ha enfrentado en la aplicación de la normativa tributaria relacionada con la facturación electrónica?

Tabla 12 Principales dificultades que se ha enfrentado por la aplicación de la normativa tributaria

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación del personal	7	23.3%
Adquisición de sistemas de facturación	9	30.00%
Problemas técnicos en los sistemas	11	36.7%
Ninguno	3	10.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 11 Principales dificultades que se ha enfrentado por la aplicación de la normativa tributaria



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: La mayoría de los encuestados, el 36.7% de la población, muestra que han tenido problemas técnicos en los sistemas de facturación, el 30% de los encuestados presentaron desafíos con la adquisición de sistemas de facturación y el 23.3% de negocios demostraron dificultades con la capacitación del personal. Solo hay un 10% satisfactorio con la aplicación de la normativa.

Análisis: Las empresas han enfrentado múltiples desafíos en la implementación de facturación electrónica como la necesidad de capacitación del personal, problemas técnicos en los sistemas de facturación, y la búsqueda de diversos sistemas que te ofrezcan las capacidades requeridas en un costo más accesible. La mayor parte de empresas han presentado dificultades técnicas en sus sistemas de facturación. Los encuestados han mencionado algunas razones de esta problemática como que los equipos no cuentan con el software necesario para estos sistemas. A parte de no contar con un soporte técnico adecuado. Esto ha causado un paro en las actividades y un riesgo de incremento de costos a causa de buscar soluciones a estos problemas. El siguiente problema que se ha ido reflejando es la adquisición de un sistema de facturación externa. Los participantes especificaron que han existido problemas con los costos adicionales relacionados con el mantenimiento que no se especifican en la adquisición del sistema y esto genera un problema en su presupuesto. Otra causa de esto es que ha existido una limitación en las funciones al momento de adquirir el sistema. La última dificultad presentada ha sido la capacitación del personal. Se refleja que el cambio constante en la normativa ha sido una gran limitante y esto obliga a que el personal encargado de la facturación busquen actualizaciones constantes. Asimismo se ha mostrado que la falta de recursos financieros o de tiempo complica el proceso de formación para las personas.

Se demuestra también que un 10% de empresas participantes en la encuesta no han obtenido ninguna dificultad acerca de cumplir con esta normativa.

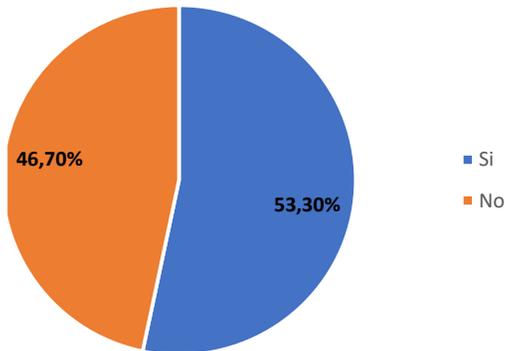
Pregunta 12: ¿Su empresa ha experimentado inconvenientes con la emisión de facturas electrónicas debido a los cortes de luz o problemas de conectividad?

Tabla 13 Inconvenientes con la emisión de facturas por cortes de luz

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	53.3%
No	14	46.7%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 12 Inconvenientes con la emisión de facturas por cortes de luz



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación; De los 30 encuestados, el 53.3% han experimentado problemas debido a los cortes de luz que se presentaron este año a parte de los problemas de conectividad con la red y el 46.7% de las empresas han podido seguir con sus operaciones con normalidad.

Análisis: La mayoría de empresas han enfrentado inconvenientes con los cortes de luz, debido a las crisis eléctricas que se presentaron en el periodo 2023, lo que demuestra que las empresas de publicidad exterior presentaron desafíos en un contexto de digitalización, emisión de facturación electrónica y las operaciones comerciales esenciales que podría resultar en pérdidas económicas y afectar la relación con los clientes.

Por otro lado, el 46.7% de las empresas han podido efectuar sus operaciones con normalidad, lo que indica que estos negocios han implementado medidas efectivas para mitigar el problema como el uso de sistemas alternativos o un respaldo energético para manejar su gestión sin interrupciones.

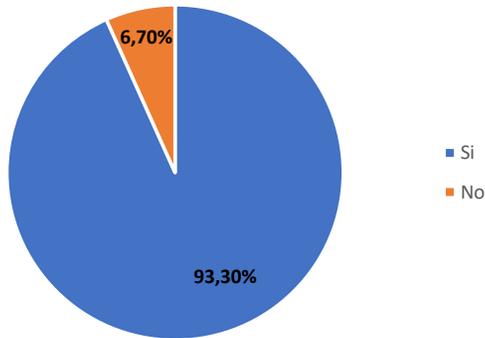
Pregunta 13: ¿Cuenta su empresa con un sistema de respaldo y recuperación de información en caso de problemas con el sistema de facturación?

Tabla 14 Sistemas de respaldo y recuperación de datos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	93.3%
No	2	6.7%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 13 Sistemas de respaldo y recuperación de datos



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: El 93.3% de las empresas encuestadas consideran importante tener un sistema de respaldo y recuperación de información en caso de problemas con el sistema de facturación mientras el 6.7% de los encuestados no han implementado un sistema de respaldo adecuado para el manejo de sus operaciones.

Análisis: El hecho que la mayoría de empresas participantes en la encuesta consideren de gran importancia el tener un sistema de respaldo y recuperación de información indica un grado de conciencia elevado sobre los riesgos de la perdida de datos, no queriendo entrar en riesgos de vulnerabilidad y asegurar la continuidad de de sus operaciones. El 6.7% de los encuestados, por el contrario, no han implementado un sistema adecuado, representando un riesgo significativo debido a que estos negocios podrian estar expuestos a perdida irreparables de datos críticos afectando su capacidad para operar eficientemente. Debido a esto muchos gerentes toman como una medida de control interno el obtener un sistema de facturación con respaldo de información.

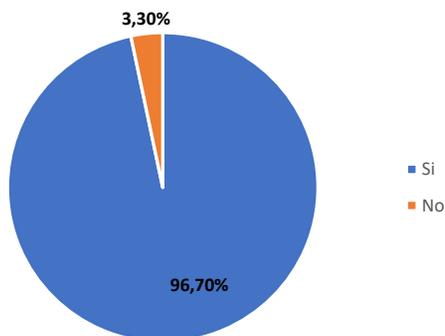
Pregunta 14: ¿Su empresa emite facturas físicas en la actualidad?

Tabla 15 emisión de facturas físicas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	96.7%
No	1	3.3%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 14 emisión de facturas físicas



Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: En esta pregunta se refleja que el 96.7% de las empresas encuestadas ya no emiten facturas electronicas sin embargo el 3.3% todavia se rigen a esta modalidad

Análisis: El hecho que la mayoría de encuestados no emitan facturación física en la actualidad refleja una adopción casi universal de una buena adaptación a las exigencias legales demostrando un alto grado de adherencia a la normativa vigente y un reconocimiento a los beneficios que la facturación electrónica ofrece como la disminución de errores humanos y la mejora en la gestión de la información tributaria. Sin embargo existe un pequeño porcentaje que todavía emite facturación física ya sea por diversos factores como el pertenecer a un Regimen Negocio Popular y que emitan notas de venta o que pertenezcan a negocios informales.

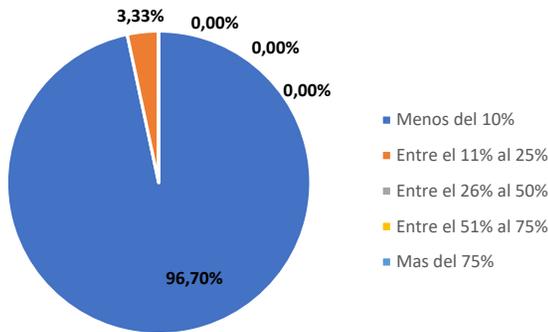
Pregunta 15: Si su empresa emite facturas físicas ¿Cuál es el porcentaje aproximado de sus ventas facturadas en este formato?

Tabla 16 porcentaje aproximado de facturas físicas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Menos del 10%	29	96.7%
Entre el 11% al 25%	1	3.33%
Entre el 26% al 50%	0	0.00%
Entre el 51% al 75%	0	0.00%
Mas del 75%	0	0.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
 Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 15 porcentaje aproximado de facturas físicas



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: El 96.7% de los empleados emiten facturas físicas menos del 10% aproximado de las ventas y el 3.33% de las empresas facturan entre el 11% al 25%.

Análisis: La mayoría de empresas ya no emiten facturación electrónica lo que significa que las empresas han logrado cumplir con la normativa impuesta por el SRI reflejando una alta adopción de la facturación electrónica. El 3.33%, por otro lado, representa que, al incluir a negocios informales o regimen RIMPE Negocio Popular, deben seguir emitiendo facturación física. Además, algunas empresas que emiten facturas electrónicas también tienen este problema debido a que algunos clientes requieren ese formato.

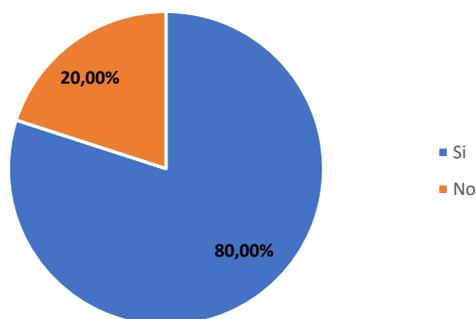
Pregunta 16: ¿Esta al tanto de los requisitos municipales para la instalación de vallas publicitarias en su sector?

Tabla 17 Requisitos municipales para la instalación de vallas publicitarias

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	80.00%
No	6	20.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 16 Requisitos municipales para la instalación de vallas publicitarias



Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: En esta pregunta se demuestra que el 80% de las personas encuestadas tienen conocimiento de la normativa municipal para la instalación de vallas publicitarias, mientras el 20% de los encuestados no están al tanto de estos permisos

Análisis: La mayoría de los encuestados muestran un buen nivel de conocimiento de los diversos permisos municipales como el LUAE o el LMU (41), permisos los cuales son importantes para el funcionamiento de los negocios, esto tiene relación con análisis anteriores ya que se muestra que existe un grado alto de conocimiento. Dificultades en la comprensión de la normativa municipal ya sea por falta de capacitaciones formales o por falta de claridad en la normativa causan que algunos gerentes no estén informados de estos requisitos.

Pregunta 17: ¿Cuenta su empresa con todos los permisos municipales requeridos para la instalación de vallas publicitarias?

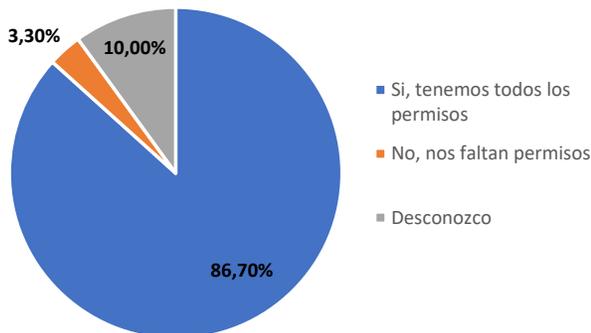
Tabla 18 Permisos municipales requeridos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si, tenemos todos los permisos	26	86.7%
No, nos faltan permisos	1	3.3%
Desconozco	3	10.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 17 Permisos municipales requeridos



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se refleja que el 86.7% de los encuestados tienen conocimiento de que si la empresa cuenta con todos los permisos municipales para la instalación de vallas publicitarias, por otro lado el 3.33% le falta algún permiso para su debida operación y por ultimo el 10% desconoce acerca de la obtención de permisos municipales o si existe algún permiso faltante.

Análisis Existe un alto nivel de cumplimiento en cuestión de obtención de permisos municipales. Muchos gerentes tienen en cuenta que sus empresas cuentan con las licencias necesarias para seguir operando en un marco legal establecido, testificando al momento de responder sobre la obtención. Esto ha reflejado un gran compromiso por conocer y cumplir esta normativa. Sin embargo el 13.33% refleja dos situaciones, el 3.33% de las empresas revelan que les falta permisos de funcionamiento, mientras que el 10% de los gerentes especifican que

desconocen la situación respecto a la obtención de permisos ya sea por distintos motivos como el tener una persona encargada en el ámbito municipal además de existir desconocimiento en la normativa municipal. La identificación de la falta de permisos y la falta de conocimiento sobre ellos son elementos que permiten profundizar en las razones que dificultan los procesos de obtención de las diversas licencias.

Pregunta 18: ¿Ha obtenido dificultades o retrasos en el proceso de obtención de permisos municipales?

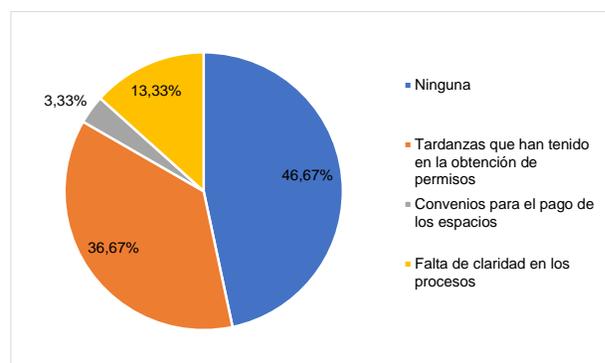
Tabla 19 dificultades en el proceso de obtención de permisos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	14	46,67%
Tardanzas que han tenido en la obtención de permisos	11	36,67%
Convenios para el pago de los espacios	1	3,33%
Falta de claridad en los procesos	4	13,33%
Total	30	100,00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 18 dificultades en el proceso de obtención de permisos



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se ha demostrado que el 46.67% de los encuestados no han tenido ningún problema con la obtención de permisos en el municipio, mientras algunos negocios han tenido diferentes dificultades en el municipio por ejemplo, el 36.7% han experimentado tardanzas en la obtención de permisos, el 13,3% experimentaron falta de claridad en los procesos, un 3.33%

tienen queja con diversos procedimientos como los convenios de pago en los arrendamientos del espacio.

Análisis: Para las empresas encuestadas un porcentaje importante no considera que tienen alguna dificultad en la obtención de permisos de funcionamiento, demostrando que una buena parte en el sector norte ha podido cumplir con los requisitos legales de manera efectiva. Sin embargo el 53.3% de los negocios encuestados han tenido dificultades como lo son las tardanzas en la obtención de las licencias de los diversos permisos de funcionamiento. Por lo general, al momento de realizar este proceso de manera presencial los turnos tardan demasiado tiempo. Los permisos como el LUAE pueden renovarse cada 90 días después del límite de vigencia, así que, si no se renueva el plazo en esa fecha establecida se genera sanciones para los distintos negocios. Otra dificultad que han nombrado los encuestados es la falta de claridad en los distintos procedimientos para la obtención de permisos, los encuestados afectados por este problema han especificado en análisis anteriores que la normativa municipal para las vallas publicitarias no es clara lo que ha generado confusión en los gerentes y un porcentaje pequeño muestra que existen problemas como los convenios de pago para el arriendo de un espacio en la actividad publicitaria, se especificó en esta parte que han existido retrasos en el pago de los convenios lo que ha generado cargas adicionales y en casos más graves se puede llevar a retrasar la instalación de las vallas.

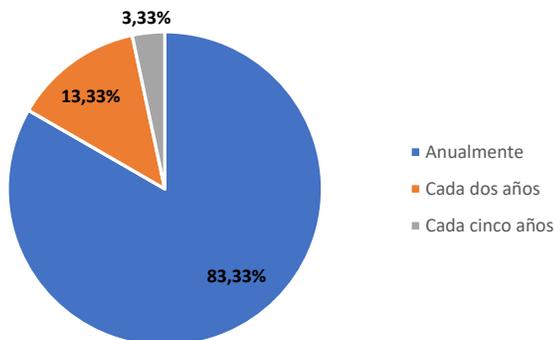
Pregunta 19: ¿Con que frecuencia renueva su empresa los permisos municipales para las vallas publicitarias?

Tabla 20 Frecuencia de renovación de permisos municipales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Anualmente	25	83.33%
Cada dos años	4	13.33%
Cada cinco años	1	3.33%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados
Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 19 Frecuencia de renovación de permisos municipales



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: La encuesta demuestra que el 83.33% de las empresas dedicadas a la publicidad exterior renuevan anualmente los permisos municipales, mientras que un 13.33% renueva sus permisos cada 2 años, solo un pequeño porcentaje 3.33% renuevan sus permisos cada cinco años.

Análisis: Para las empresas de publicidad exterior la Licencia Única de Actividad Económica (LUAE) y la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU(41)) son permisos necesarios que tienen que obtener en el municipio de Quito para manejar este tipo de negocios en el sector. La mayoría de las empresas encuestadas han renovado sus permisos en el tiempo establecido por el municipio, por ejemplo la Licencia Única de la Actividad Económica (LUAE) es el permiso en el cual muchos gerentes tienen conocimiento de su vigencia anual, el 13.3% de las encuestas ha renovado permisos cada dos años y un 3.33% ha renovado cada cinco, refiriéndose al plazo de vigencia del LMU 41 ya que en la normativa específica que su vigencia es anual pero se realizan renovaciones hasta cuatro años.

Pregunta 20: ¿Con que frecuencia su empresa revisa las diferentes actualizaciones sobre las normativas relacionadas con las vallas publicitarias?

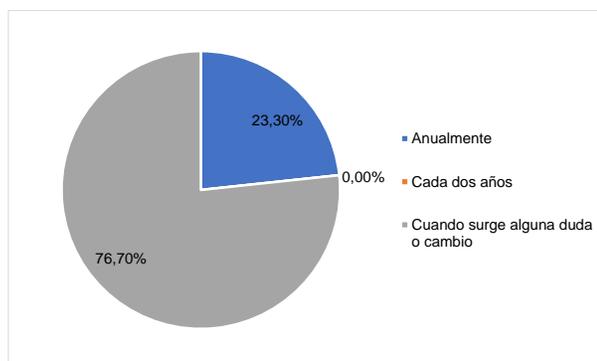
Tabla 21 Revisión de las diferentes actualizaciones

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Anualmente	7	23.3%
Cada dos años	0	0.00%
Cuando surge alguna duda o cambio	23	76.7%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 20 Revisión de las diferentes actualizaciones



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se demuestra que el 76.7% de los encuestados consultan las diferentes actualizaciones cuando surgen cambios o existen dudas mientras el 23.3% prefieren revisar las diferentes actualizaciones de la normativa anualmente.

Análisis: El hecho que la mayoría de este tipo de empresas revisen las actualizaciones de la normativa solo cuando surgen cambios o existen dudas demuestra que las empresas no dedican un tiempo para mantenerse en una constante actualización, ocasionando riesgos de incumplimiento si no están al tanto de los cambios recientes, Por otro lado, la revisión anual que realizan un porcentaje de encuestados refleja que, para algunas empresas, el mantenerse en constante actualización de manera regular es de suma importancia para su negocio lo que permite que estas empresas estén mejor preparadas y listas para cumplir con las constantes regulaciones.

Pregunta 21: ¿Cuál es la principal fuente de información que utiliza su empresa para conocer las normativas municipales del sector?

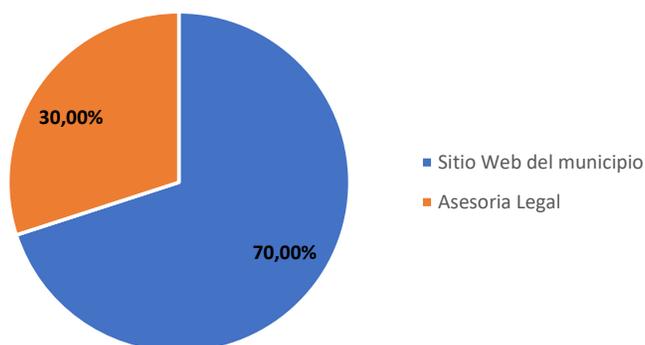
Tabla 22 Fuentes de información

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Sitio Web del municipio	21	70.00%
Asesoría Legal	9	30.00%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 21 Fuentes de información



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: en esta pregunta se demuestra que el 70% de los encuestados prefieren revisar la distinta información en páginas oficiales del Municipio de Quito, mientras el 30% prefiere recibir asesoría legal para poder informarse acerca de la normativa

Análisis: Un grupo mayoritario de encuestados prefiere revisar páginas oficiales del Municipio de Quito, teniendo preferencia en esta fuente de información sobre el conocimiento de diversas actualizaciones considerando que la información reflejada en esta página genera confiabilidad, a parte de esto, se tiene en cuenta que estas fuentes son más accesibles para las diversas empresas dedicadas a la publicidad exterior. Alternativamente, un pequeño porcentaje opta por recurrir a una asesoría legal, buscando una información más detallada o especializada de las normativas para una mejor comprensión.

Pregunta 22: ¿Su empresa ha sido sancionada alguna vez por incumplimiento de la normativa publicitaria exterior?

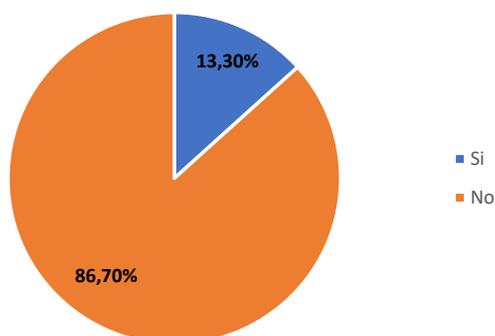
Tabla 23 Sanciones por incumplimiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	13.3%
No	26	86.7%
Total	30	100.00%

Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Gráfico 22 Sanciones por incumplimiento



Fuente: Encuestados

Elaboración: Francis Trujillo

Interpretación: Se demuestra que, de las empresas encuestadas, el 86.7% no han presentado multas por incumplimiento de la normativa. Por otro lado un 13.3% han sido sancionados por incumplimiento.

Análisis El nivel de conocimiento y capacitación de la normativa refleja que la mayoría de empresas eviten caer en riesgos de sanciones y desmantelamiento de las instalaciones de vallas publicitarias. No obstante existe un porcentaje pequeño que si han caído en sanciones, esto se da a entender que el desconocimiento de la normativa de algunos gerentes a demás de otros problemas como el no tener clara la normativa o el desconocer si la empresa cuenta con los permisos, lleva a riesgos de que empresas de este sector caen en este tipo de riesgos.

9 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La encuesta aplicada a las empresas de publicidad exterior en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito muestra, en sus respuestas, una opinión mixta en el sector en cuando al conocimiento y al cumplimiento de la normativa municipal y tributaria.

La indagación sobre el grado de conocimiento acerca de las normativas vigentes entre los propietarios y los gerentes de las empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias refleja una complejidad significativa debido a que, en primer lugar se observa que, entre la mayoría de gerentes, existe un nivel de entendimiento profundo de los diversos permisos necesarios para operar en base a un marco legal. Dando a entender que toman seriamente su responsabilidad acerca de cumplir con la normativa municipal y tributaria. Por otra parte, en estos grupos existe un sub porcentaje que han recibido capacitaciones formales en este tipo de temas. Los propietarios que no han recibido capacitaciones comentan que se han basado en diversas

vias para la comprensión de la normativa como la autoeducación, experiencia práctica o un asesoramiento externo. Al contrario se muestra un pequeño grupo con un nivel de conocimiento nulo de la normativa, siendo una cifra preocupante dando como resultado que estas empresas caigan en riesgo de sanciones que han afectado a la operación de sus negocios.

El análisis demuestra que, aunque existan gerentes con diversos niveles de conocimiento acerca de la normativa, estos propietarios están interesados en que sus negocios manejen un alto nivel de compromiso con el cumplimiento tributario y municipal. Por lo que realizan distintos tipos de controles internos que van desde la especialización del personal hasta buscar capacitaciones continuas para el personal. Esto demuestra que para los encuestados reconocen que la normativa y su grado de conocimiento es fundamental para la sostenibilidad de la empresa. Esto es un punto positivo, sin embargo, se refleja que existen problemas como la falta de claridad en la normativa representando un gran desafío para los gerentes.

Al momento de evaluar las distintas normativas por separado se muestra que, con la normativa tributaria relacionada con la facturación electrónica existen respuestas diversas y muy significativas por parte de los contribuyentes. Se interpreta que la mayoría de los negocios muestran una familiarización significativa con los procesos de facturación electrónica lo que ha evidenciado un avance importante en la comprensión y aplicación de la normativa tributaria, esto se acredita en el nivel de cumplimiento normativo en el que las empresas consideran estar. Las respuestas detallan que existen gerentes con conocimientos diversos ya sea con un nivel alto de entendimiento y cumplimiento así como un nivel moderado pero que puede cumplir manera eficiente.

La selección de un sistema de facturación juega un papel importante en el cumplimiento normativo de las empresas debido a que, si este sistema puede ayudar a facilitar el trabajo o a sustentar sus necesidades al momento de realizar diversos comprobantes electrónicos existe un menor riesgo de incurrir en sanciones. Con esto en mente, se puede evidenciar que la mayoría de empresas encuestadas prefieren utilizar un sistema externo en vez de el proporcionado por el SRI. Estos sistemas externos pueden variar dependiendo de las necesidades específicas que la empresa busque abarcar. Se muestra que el personal busca solventar las necesidades de un negocio a un costo mínimo en el mercado, mientras existe un porcentaje que, por la necesidad de invertir en herramientas avanzadas que proporcionen mejor soporte para la realización de sus actividades, incurren en costos mensuales elevados, siendo esta una de las dificultades que han sido testigos al momento de implementar esta modalidad de facturación. Se muestran diversas dificultades por las que los encargados de realizar comprobantes electrónicos han tenido que pasar: los diversos problemas técnicos como un soporte inadecuado y el contar con máquinas sin el software necesario para este tipo de programas; el cambio constante en la normativa y la falta de recursos financieros han complicado la capacitación del personal lo que hace que en la mayoría de encuestados los sistemas no hayan considerado un proceso sencillo de implementar y mantener, además de estos obstáculos se debe tener en cuenta que en el Ecuador, por un periodo de tiempo, ha existido diversos cortes de luz, lo que en algunos casos generando problemas con la conectividad, y siendo causa de que no cuenten con un sistema de respaldo puedan perder información importante.

Las diversas normativas y resoluciones que se han emitido a lo largo de los años, obligó a estas empresas a migrar a este sistema electrónico de facturación, aunque se evidencia que muchas empresas no emitan los comprobantes de venta físicos, y el pequeño porcentaje que aún factura de esta manera lo hace por diversos motivos como el pertenecer a regímenes específicos o por requerimiento de los clientes.

En cuanto a la normativa municipal, la mayoría de las empresas encuestadas afirman contar con los diversos permisos municipales que permiten seguir con sus operaciones de

manera habitual, teniendo en consideración el conocimiento de los distintos permisos y licencias que necesitan para seguir con sus actividades, demostrando que un porcentaje menor no es conocedor de estos permisos y por ende, puede que no estén al pendiente de si hacen falta permisos municipales. Esto puede generar riesgos de sanciones. Lastimosamente, las personas participantes en estas encuestas revelan que, para la obtención de estos permisos, han existido diversas dificultades resaltando los retrasos en la obtención de permisos y la falta de claridad en los procesos, esto puede traer en consecuencia que empresas sean sancionadas, existiendo un grupo minoritario, en la encuesta realizada, de personas que han recibido este tipo de penalizaciones.

La renovación de este tipo de licencias como la Licencia Única por Actividad Económica (LUAE) y la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU (41)) son de suma importancia para laborar de manera usual en las empresas, y muchas de ellas están realizando sus renovaciones anuales con acuerdo con las diversas Ordenanzas Municipales.

Aunque, algunas empresas han realizado sus renovaciones cada dos años o cada cinco años.

Estos resultados muestran que estas empresas tienen un gran compromiso y un grado alto de conocimiento de las diversas normativas, pero también se revelan diversos altercados que causan falta de comprensión y complejidad en el reglamento, originando que existan sanciones.

10 CONCLUSIONES

Se puede concluir que el nivel de cumplimiento de la normativa tributaria y municipal vigente por parte de las empresas que elaboran vallas publicitarias en el sector norte de Quito en el año 2023, refleja un cumplimiento adecuado ya que existe un compromiso por parte de los gerentes de cumplir la normativa y manejar sus negocios en base al marco legal establecido por cada uno de los entes reguladores con diversos procedimientos como controles internos y dar importancia a mejorar las falencias que existen en los diversos problemas presentados al momento de registrarse a la facturación electrónica o que las empresas muestren interés en aprender sobre las normativas municipales y contar con los permisos establecidos, sin embargo existen falencias que pueden afectar el nivel de cumplimiento de estas empresas como lo son el retraso por parte del municipio para realizar diversos trámites, además la falta de claridad en los procesos o las faltas de capacitaciones lo que puede representar riesgos que afecten a este sector.

En la investigación se ha podido cumplir con el objetivo de indagar el grado de conocimiento y percepción de las normativas vigentes entre los propietarios y gerentes de este tipo de empresas, debido a que se ha podido evidenciar que los encuestados tienen un nivel de comprensión alto, siendo conscientes de su responsabilidad con respecto a la normativa tributaria y municipal, existiendo un interés genuino por asegurar que sus negocios operen dentro de la normativa señalada. Además de esto al momento de realizar una investigación sobre el nivel de capacitación que han recibido los encuestados en función a la normativa, proporciona una visión más amplia sobre cómo los gerentes se informan y aprenden sobre esto. La falta de claridad en la normativa es relevante para el cumplimiento de este objetivo ya que demuestra que existen dificultades al momento de cumplir con la normativa afectando al nivel de conocimiento del propietario.

La identificación de las principales dificultades que enfrentan las empresas enfocadas en la elaboración de vallas con la aplicación de normativa tributaria se cumple completamente debido a que, al analizar la familiaridad significativa demostrada en los procesos de facturación indica que las empresas se encuentran en diferentes etapas de cumplimiento asimismo se demuestra que las empresas tienen diferentes intereses y al profundizar en la selección de un

sistema de facturación destaca el esfuerzo constante que tienen los distintos negocios para buscar herramientas que satisfagan sus necesidades a un costo accesible, a parte de esto las empresas han mencionado que al momento de adaptarse a esta modalidad han existido muchos desafíos actuales en los cuales se demuestra la complejidad de las empresas de regirse a una modalidad electrónica.

El evaluar el grado de cumplimiento de la obtención de permisos municipales se cumple al analizar las diversas respuestas ya que se señala que la mayoría de las personas encuestadas afirman contar con los permisos municipales y estar al pendiente de las fechas de renovación y vigencia de las diversas licencias, demostrando estar al tanto de los requisitos que se necesitan para manejar su negocio adentrándose en un marco legal. El análisis de dificultades y complejidad del reglamento al momento de obtener estas licencias ha demostrado que existen complicaciones y obstáculos que enfrentan los negocios que dificulta que puedan cumplir con la normativa al 100% y esto ha traído sanciones para su empresa.

11 BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, N., Moncayo, N., & Eras, R. (2023). *Impacto de la facturación electrónica en imprentas de la Provincia de El Oro, Cantones Pasaje-Machala Impact of electronic invoicing in printers in the Province of El Oro, Cantons Pasaje-Machala Impacto da fatura eletrônica em impressoras na Província de El Oro, Cantões Pasaje-Machala*. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i3>
- Cabezas, V., & Andrade, J. (2021). *Fortalecimiento en la recaudación tributaria mediante la implementación de facturación electrónica*. 56, 1617–1625. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2457>
- Calderón, C. (2024). *La facturación electrónica y su incidencia en la recaudación de impuestos en la provincia de Tungurahua*.
- CEL. (2020). *TIPOS DE PUBLICIDAD*.
- Dávalos, J., & Amaya, E. (2023). *INFORME TRABAJO DE GRADO*.
- Diario Correo. (2023, June 26). *Ley Orgánica de Comunicación cumple 10 Años de Existencia*. <https://Diariocorreo.Com.Ec/85335/Portada/Ley-Organica-de-Comunicacion-Cumple-10-Anos-de-Existencia>.
- Díaz, J. (2023). *ANÁLISIS DE SEGURIDAD EN LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA: CASO DE ESTUDIO DE FACTURADOR CLOUD Y FACTUSOL*.
- Distrito Metropolitano de Quito. (2020). *Anexo 1 Reglas técnicas*.
- El Telegrafo. (2023, November 11). *Controles a las vallas publicitarias en Quito; habrá sanciones*. <https://www.Eltelegrafo.Com.Ec/Noticias/Nacionales/44/Controles-a-Las-Vallas-Publicitarias-En-Quito-Habra-San>.
- Fernández, Q., Cepeda, A., Costales, N., & Hidalgo, V. (2020). *Tax culture and its effect on tax evasion in Ecuador*. 41(29), 2020. <https://www.revistaespacios.com>
- Gob.ec. (2024). *Asistencia en consultas ciudadanas de ordenanzas emitidas desde el año 1900*. <https://www.Gob.Ec/Gadmq/Tramites/Asistencia-Consultas-Ciudadanas-Ordenanzas-Emitidas-Ano-1900>.
- Gudiña, V. (2024, February 28). *Normativa - qué es, características, funciones, propósito, tipos y ejemplos*. <https://Definicion.de/Normativa/>. <https://definicion.de/normativa/>

- LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, LRTI (2021). www.lexis.com.ec
- Leyton-Johns, L., & Felipe Espinosa, J. C. (2021). Publicidad: una revisión del concepto y del estado de la investigación. *Publicitas: Comunicación y Cultura*, 9, 14. <https://doi.org/10.35588/publicitas.21.9.2.2>
- López, I. (2022). *La normativa en materia publicitaria La autorregulación privada frente a la legislación pública*.
- Menoscal, M. (2023). *FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y SEGMENTACIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES EN EL ECUADOR*.
- Mora Beverly. (2022). *Septiembre 2022 Guayaquil-Ecuador*.
- Moreano Guerra, C. B., Lalangui Aguilar, B. M., Escobar Erazo, T. E., & Mena Freire, V. G. (2023). La facturación electrónica ventajas y desventajas en las pequeñas empresas del Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 3315–3340. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7176
- Moreira, G., & Zambrano, C. (2020). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de publicidad exterior en la ciudad*.
- Moreno, D. R., & Stefanny, B. (2022). *UTMACH FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA Análisis de la implementación de Facturación Electrónica para Personas Naturales y Jurídicas del Régimen General y RIMPE Emprendedores en el Ecuador periodo 2022*.
- NAC-DGERCGC22-0000024 (2022). www.sri.gob.ec
- ORDENANZA METROPOLITANA No. 052-2023 (2023).
- Orozco, M. (2023, December 20). *Estos son los 12 puntos clave de la reforma tributaria de Daniel Noboa*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/reforma-tributaria-asamblea-noboa-ley-eficiencia/>.
- Puga, Kevin. S. (2024, July 24). *Municipio plantea regularizar las vallas publicitarias en Quito*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/municipio-regularizar-vallas-publicitarias-quito.html>.
- Ramírez-Álvarez, J., Oliva, N., & Andino, M. (2022). Tax compliance and electronic invoicing in Ecuador: An impact assessment. *Problemas Del Desarrollo*, 53(208), 97–123. <https://doi.org/10.22201/iiiec.20078951e.2022.208.69712>
- Tomalá Jesús. (2021). *Normativa Tributaria y su incidencia en la Recaudación de Impuestos en el Ecuador*.
- Vargas, J. (2021). *PROPONER LA INCORPORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE FORMALIZACIÓN MUNICIPAL EN EL COMERCIO AMBULATORIO PARA MEJORAR EL DESARROLLO ECONÓMICO EN LA PROVINCIA DE CHICLAYO*. <https://orcid.org/0000-0001-5026-3739>
- Villareal, M. (2022). *DISEÑO DE UNA PROPUESTA GRAFICA EN TORNO A LAS ALTERACIONES VISUALES CAUSADA POR LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL SECTOR DE CALDERÓN, DISTRITO METROPOLITANO QUITO, 2021*.
- Worstell, T. (2024, September 16). *Medios de difusión*. <https://www.adogy.com/es/terms/broadcast-media/>.

Zamora Choez, E. L., & Carlos Arturo. (2024). Facturación Electrónica y su Impacto Económico en las Imprentas Autorizadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI) de Manta. *Revista Científica de Salud y Desarrollo Humano*, 5(1), 151–171. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i1.83>

ANEXOS

Encuesta

Tema: aplicación de las normativas municipales y tributarias en empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2023

CUESTIONARIO

Objetivo específico 1: Indagar el grado de conocimiento y percepción sobre las normativas vigentes entre los propietarios y gerentes de empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias.

1. ¿Conoce las normativas y regulaciones municipales vigentes sobre la publicidad exterior?
 - a. Si, conozco al detalle
 - b. Si, conozco de manera general
 - c. No, desconozco las normativas
2. ¿Ha recibido capacitación sobre normativas y regulaciones municipales y tributarias aplicables a las empresas de publicidad exterior?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Su empresa ha realizado controles internos para asegurarse de cumplir con las normativas vigentes?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Qué tan importante considera que es el conocimiento y el cumplimiento de las normativas tributarias y municipales para su negocio?
 - a. Muy importante
 - b. Moderadamente importante
 - c. Poco importante
5. ¿Considera que la normativa municipal y tributaria vigente para el sector de vallas publicitarias es clara y de fácil cumplimiento?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Desconozco

Objetivo específico 2: Identificar las principales dificultades que enfrentan las empresas dedicadas a la elaboración de vallas publicitarias en la aplicación de la normativa tributaria relacionada con la facturación electrónica.

6. ¿Qué tan familiarizado está su personal con los requisitos y procedimientos de la facturación electrónica?
 - a. Muy familiarizado
 - b. Poco familiarizado
 - c. Nada familiarizado
7. ¿Cómo calificaría el nivel de cumplimiento de su empresa con las normativas tributarias vigentes?
 - a. Muy alto
 - a. Moderado
 - b. Bajo
8. ¿Qué tipo de sistema de facturación electrónica utiliza su empresa?
 - a. Facturador SRI

- b. Sistemas de facturación externos
9. ¿Cuáles son los costos aproximados mensuales en los que ha incurrido la empresa para la implementación de la facturación electrónica?
 - a. Entre 100 a 500 dólares mensuales
 - b. 500 a 1000 dólares mensuales
 - c. Mas de 1000 dólares mensuales
 10. ¿Considera que la implementación y mantenimiento de la facturación electrónica ha sido un proceso sencillo para su empresa?
 - a. Ha sido sencillo
 - b. Ha sido un proceso complejo
 11. ¿Cuáles han sido las principales dificultades que la empresa ha enfrentado en la aplicación de la normativa tributaria relacionada con la facturación electrónica?
 - a. Capacitación del personal
 - b. Adquisición de sistemas de facturación
 - c. Problemas técnicos en los sistemas
 - d. Otro(especifique)...
 12. ¿Su empresa ha experimentado inconvenientes con la emisión de facturas electrónicas debido a los cortes de luz o problemas de conectividad?
 - a. Si(especifique el problema)...
 - b. No
 13. ¿Cuenta su empresa con un sistema de respaldo y recuperación de información en caso de problemas con el sistema de facturación?
 - a. Si
 - b. No
 14. ¿Su empresa emite facturas físicas en la actualidad?
 - a. Si
 - b. No
 15. Sí la empresa emite facturas físicas, ¿Cuál es el porcentaje aproximado de sus ventas facturadas con este formato?
 - a. Menos del 10%
 - b. Entre el 10% al 25%
 - c. Entre 26% y 50%
 - d. Entre el 51% al 75%
 - e. Mas del 75%

Objetivo específico3: Evaluar el grado de cumplimiento de la obtención de permisos municipales por parte de las empresas de vallas publicitarias y analizar las principales razones que dificultan dicho proceso

16. ¿Está al tanto de los requisitos municipales para la instalación de vallas publicitarias en su sector?
 - a. Si
 - b. No
 17. ¿Cuenta su empresa con todos los permisos municipales requeridos para la instalación de vallas publicitarias?
 - d. Si, tenemos todos los permisos
 - e. No, nos falta algún permiso
 - f. Desconozco
 18. ¿Ha obtenido dificultades o retrasos en el proceso de obtención de permisos municipales?
-
-

19. ¿Con que frecuencia renueva su empresa los permisos municipales para las vallas publicitarias?
- c. Anualmente
 - d. Cada dos años
 - e. Cada cinco años
20. ¿Con que frecuencia su empresa revisa las diferentes actualizaciones sobre las normativas municipales relacionadas con las vallas publicitarias?
- f. Anualmente
 - g. Cada dos años
 - h. Cuando surge alguna duda o cambio
 - i. Otros
21. ¿Cuál es la principal fuente de información que utiliza su empresa para conocer las normativas municipales del sector?
- j. Sitio web del municipio
 - k. Asesoría legal
 - l. Otros(especificar)....
22. ¿Su empresa ha sido sancionada alguna vez por incumplimiento de la normativa de publicidad exterior?
- m. Si
 - n. No