

IMPACTO DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS STAKEHOLDERS, CANTÓN JIPIJAPA

IMPACT OF TOURISM POLICIES IN STRENGTHENING THE TAX CULTURE OF STAKEHOLDERS, JIPIJAPA CANTON

Maritza Sandra Pibaque Pionce ^{1*}

¹ Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Jipijapa, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2652-4799>. Correo: maritza.pibaque@unesum.edu.ec

Yomaira Lilibeth Loor Loor ²

² Estudiante de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Jipijapa, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-8017-6370>. Correo: loor-yomaira6267@unesum.edu.ec

* Autor para correspondencia: usuario@dominio.com

Resumen

En la actualidad la cultura tributaria enfrenta importantes desafíos relacionados con el conocimiento, la educación fiscal y la percepción negativa de las obligaciones tributarias, siendo esta problemática especialmente relevante en sectores como el turismo. El objetivo de este estudio radica en analizar cómo la gestión de las políticas turísticas contribuye a la mejora de la cultura tributaria entre los Stakeholders en Jipijapa. La investigación utiliza una metodología con enfoque mixto, con un diseño no experimental, bajo una investigación descriptiva, bibliográfica y de campo, con métodos como el inductivo-deductivo y analítico-sintético y con técnicas de recolección de datos como la entrevistas y encuesta. Los resultados revelan un bajo nivel de conocimiento y cumplimiento tributario, con trámites percibidos como complicados, aunque la mayoría de los establecimientos turísticos cumplen regularmente con sus obligaciones fiscales, persiste la falta de incentivos que promuevan la formalización, mientras que las políticas actuales no contemplan incentivos fiscales específicos. Por tanto, se concluye que fortalecer la educación tributaria y establecer incentivos fiscales puede impulsar la formalización y sostenibilidad del turismo en Jipijapa. En este sentido, se recomienda implementar estrategias integrales que incluyan promoción turística, programas de capacitación y simplificación de trámites tributarios para generar un impacto positivo en el sector.

Palabras clave: cultura tributaria; turismo sostenible; políticas públicas; stakeholders; gestión turística; incentivos fiscales.

Abstract

Currently, tax culture faces important challenges related to knowledge, tax education and the negative perception of tax obligations, this problem being especially relevant in sectors such as tourism. The objective of this study is to analyze how the management of tourism policies contributes to the improvement of tax culture among stakeholders in Jipijapa. The research uses a mixed-approach methodology, with a non-experimental design, under descriptive, bibliographic and field research, with methods such as inductive-deductive and analytical-synthetic and with data collection techniques such as interviews and surveys. The results reveal a low level of tax knowledge and compliance, with procedures perceived as complicated, although most tourist establishments regularly comply with their tax obligations, there is still a lack of incentives that promote formalization, while current policies do not contemplate specific tax incentives. Therefore, it is concluded that strengthening tax education and establishing tax incentives can promote the formalization and sustainability of tourism in Jipijapa. In this regard, it is recommended to implement comprehensive strategies that include tourism promotion, training programs and simplification of tax procedures to generate a positive impact on the sector.

Keywords: tax culture; sustainable tourism; public policies; stakeholders; tourism management; tax incentives.

Fecha de recibido: 12/02/2025

Fecha de aceptado: 21/03/2025

Fecha de publicado: 25/08/2025

Introducción

La cultura tributaria representa una responsabilidad y obligación que cada ciudadano tiene con el Estado, fundamental para mantener un alto nivel de cultura tributaria y garantizar el cumplimiento adecuado de estas obligaciones. Sin embargo, tanto a nivel nacional como internacional, este tema suele ser ignorado, en donde, la falta de conocimiento lleva a muchas personas a creer erróneamente que únicamente las grandes empresas están obligadas a cumplir con sus deberes tributarios (Pilatasig, 2024).

En Ecuador, la cultura tributaria en los últimos años ha encontrado la forma de establecerla, dado a que los ecuatorianos percibían que los fondos públicos eran mal gastados y no se invertían para beneficio del país, lo cual da paso a la evasión de impuestos, aunado también a los deficitarios sistemas de control (Chonillo, 2021).

Por otra parte, uno de los sectores del cual se puede aprovechar varios beneficios por diversidad es el turístico, ya que se puede evidenciar que el turismo es una actividad que se ha desarrollado en el país con gran interés por los beneficios económicos a través de la biodiversidad del país. Además, se conoce que las contribuciones directas del sector turístico ecuatoriano aportan al Producto Interno Bruto (PIB), este aporte del turismo representa la tercera fuente de ingresos no petroleros (Pila, 2022).

En los últimos años el país ha tenido reformas tributarias diferentes, tratando de facilitar a los contribuyentes una recaudación efectiva. El régimen simplificado RIMPE se planteó para que cada persona que se incluya dentro de él pueda cumplir con sus obligaciones con una forma de pago adecuada, por esta razón, se subdivide en dos; Régimen RIMPE Negocio Popular y Régimen RIMPE Emprendedor (Reyes & Matute, 2024).

La gestión de políticas turísticas en Jipijapa enfrenta varios desafíos dentro de la cultura tributaria de los Stakeholders locales. Esta cultura tributaria, que incluye el conocimiento y conciencia de las obligaciones fiscales, es fundamental para el desarrollo económico y social del cantón. Sin embargo, muchas personas u empresas del sector turísticos carecen de comprensión o motivación para cumplir con sus obligaciones tributarias, lo que limita la contribución efectiva al financiamiento tanto de infraestructuras y servicios que son esenciales para el beneficio de la comunidad y del turismo en general.

Además, la falta de educación fiscal y programas de sensibilización ha creado un entorno en el cual los stakeholders no reconocen el valor de la tributación en el fortalecimiento de los destinos turísticos locales. Esto conlleva a un bajo cumplimiento de las obligaciones fiscales y una dependencia limitada de los recursos necesarios para desarrollar iniciativas turísticas sostenibles. Cabe destacar, que sin políticas claras y efectivas que incentiven de manera orientada a los actores turísticos hacia la regularización y el cumplimiento fiscal, el crecimiento del sector turístico dentro de Jipijapa seguirá enfrentando barreras significativas.

Por tanto, el objetivo de la investigación es analizar la gestión de políticas turísticas en la mejora de la cultura tributaria de los Stakeholders en Jipijapa. Por lo que, se justifica debido a la importancia que tiene la cultura tributaria como un factor esencial en el desarrollo económico sostenible. Desde una perspectiva teórica, el cumplimiento tributario en el sector turístico puede interpretarse a través de teorías que sugieren conciencia y responsabilidad fiscal de los ciudadanos y empresas que tienen impacto directo en el desarrollo de servicios e infraestructura locales. Además, aportando una base conceptual para entender el papel de los distintos actores en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y como su participación afecta el destino turístico.

Materiales y métodos

El desarrollo de una cultura tributaria sólida es un pilar fundamental para el crecimiento económico y social de un país. Según Pazmiño (2024) existen varios desafíos y oportunidades en el ámbito tributario, la corrupción institucional es el problema más grave y generalizado que afecta negativamente la cultura tributaria y la confianza de los contribuyentes en las instituciones fiscales. Es evidente la necesidad urgente de implementar medidas efectivas para combatir la corrupción y mejorar la transparencia en la administración de impuestos. Sin embargo, es una fuerza externa que depende del Estado, pero que a través de iniciativas ciudadanas podría pasar a ser un tema de interés nacional que ayude a mejorar la situación tributaria en el país.

Según Schenkel (2020) define la política turística como un conjunto de regulaciones, normas, pautas, directivas, objetivos y estrategias de desarrollo u promoción que provén un marco dentro del cual son tomadas las decisiones colectivas, concerniente al desarrollo turístico a largo plazo y las actividades cotidianas dentro de un destino.

La política turística presenta diferentes funciones, que dependen de una variedad de factores como la estructura económica y social, la estructura del sector turístico, la capacidad de intervención del Estado y la ideología imperante, entre otros, la cual, consiste en asegurar que el turismo contribuya a la calidad de vida local, creación de empleo, planificación física del espacio urbano, crecimiento endógeno y protección del medio ambiente natural, entre otros factores sociales (Herrera, 2020).

Las políticas turísticas tienen una importancia crucial para el desarrollo sostenible y equilibrado de un destino, su implementación adecuada impacta positivamente en aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales. Dichas políticas turísticas se caracterizan por ser estrategias integrales que promueven el desarrollo sostenible del turismo, combinando aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales, orientadas a la conservación del patrimonio natural y cultural, la diversificación de la oferta turística y la competitividad del destino en el mercado global (Cevallos, 2023).

Los objetivos de la política turística, según Monfort (2000), son divergentes para cada zona, región o país; además, dependerán de los productos turísticos existentes y de las motivaciones y directrices de las autoridades responsables de institucionalizar dicha política turística (Araújo & Parra, 2023). Los actores involucrados en las políticas turísticas permiten aprovechar las fortalezas de cada actor, asegurando beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo. Según Estrada (2023) estos actores son los siguientes:

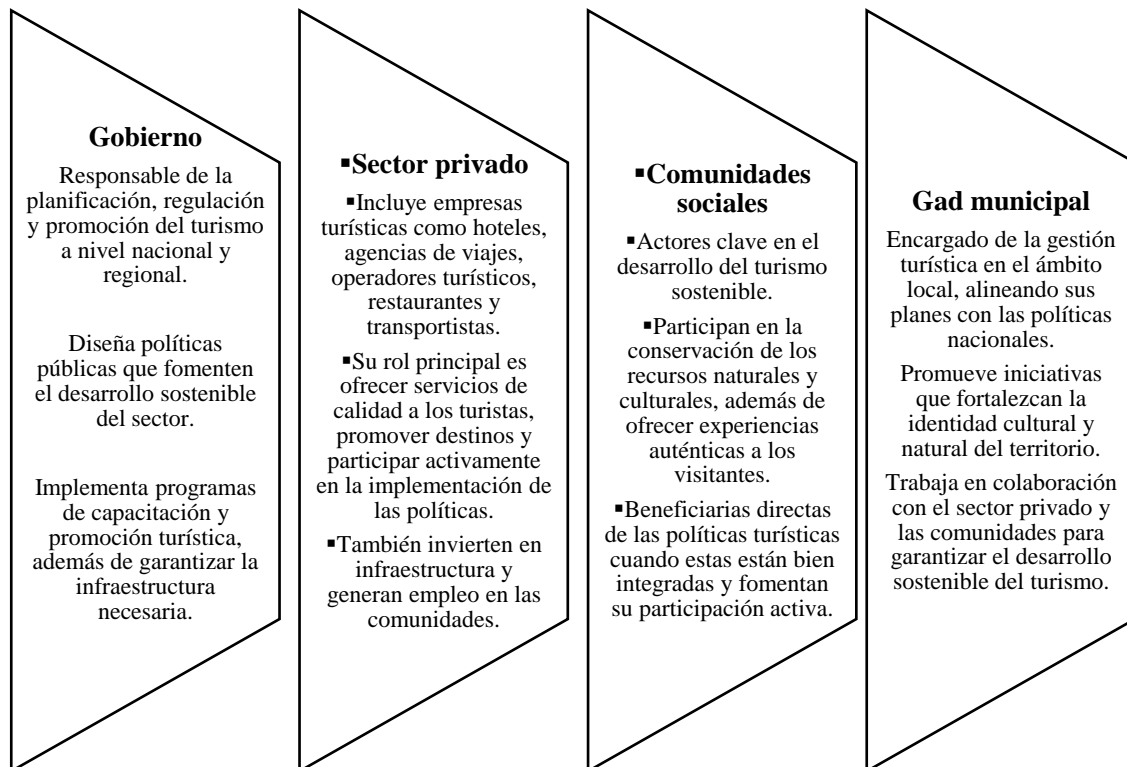


Figura 1: Objetivos de la política turística.

Cultura tributaria

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes (Calle & Landazuri, 2023).

La importancia de la cultura tributaria. De acuerdo a Estrada (2023) la cultura tributaria es importante debido a que es la conducta que tiene el contribuyente al contribuir de manera correcta al pago de sus impuestos, es decir, las actitudes y valores que tienen los ciudadanos con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Su finalidad es educar a los contribuyentes sobre los deberes formales que tienen ante el Estado para que sean responsables y así evitar la evasión fiscal (p. 12).

Dentro de los factores que influyen en la cultura tributaria. La cultura tributaria depende de factores, como: al delito que implica no pagar los impuestos (Factor obligatorio), la disponibilidad de lugares habilitados para realizar los pagos (factores voluntarios) y la inconsistencia en las reformas tributarias (muchas modificaciones), altas tasas de los impuestos, corrupción en las instituciones, afecta a los ingresos de la empresa (factores de beneficio); la baja cultura tributaria influye significativamente en la evasión tributaria (Quispe & Arellano, 2020).

Los tributos son prestaciones en dinero que el Estado exige, en razón de una determinada manifestación de capacidad económica, con la finalidad de obtener recursos para financiar el gasto público. Para Alvarado (2024) estos se clasifican en:

- Impuestos: Son contribuciones que el Estado exige a los ciudadanos, para cubrir los gastos públicos y satisfacer las necesidades de la sociedad. Son establecidos por ley y su pago es obligatorio.
- Contribuciones especiales: Es un aporte que el Estado demanda por el aumento o incremento de valor de sus bienes inmuebles, en virtud de la realización de una obra pública
- Tasa: Tributo exigido a cambio de determinados servicios

Obligación tributaria

Según el Código tributario (2018) en su art. 15. la obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley. (p. 5)

De acuerdo a la cita anterior, la obligación tributaria es el vínculo entre el sujeto pasivo (contribuyente) y el sujeto activo (estado), cada contribuyente tiene el deber de aportar económicamente al estado, a través del pago de tributos, estos ingresos sirven para conformar el presupuesto general del estado, mismo que será retribuido a los ciudadanos en obras y servicios (Mejía et al., 2022).

La fundamentación legal tributaria en el Ecuador. De acuerdo con, Diez y Encalada (2024) el estado ecuatoriano debe cumplir con principios tributarios para tener un buen manejo de la administración, procurando establecer competencias exclusivas sobre políticas tributarias, el financiamiento de inversiones,

servicios o bienes públicos por medio de los ingresos provenientes de las recaudaciones. De esta manera la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, en su Art 1 y 2 define como objeto de impuesto a las actividades legales realizadas por personas naturales, sociedades nacionales o extranjeros, así como los ingresos provenientes del trabajo o inversiones de fuente ecuatoriana o lo conseguido en el exterior que tenga la vida jurídica en el país.

De igual manera, el Código Tributario del Ecuador, en su Art. 23 y 24 indica que el sujeto activo es el ente recaudador de tributos y el sujeto pasivo son las personas naturales que están obligadas a cumplimientos tributarios, en su Art. 19 también establece que es obligación tributaria desde el momento en que el hecho se genera y por lo tanto es exigible desde el momento que determina la ley.

La presente investigación sobre la gestión de políticas turísticas en la mejora de la cultura tributaria de los Stakeholders en Jipijapa, se fundamenta bajo un enfoque cuantitativo-cualitativo, ya que combina la recopilación y análisis de datos numéricos, mediante las encuestas, con el análisis cualitativo de opiniones y percepciones a través de la entrevista. Este enfoque permite comprender de manera general la relación entre las políticas turísticas y la cultura tributaria en los Stakeholders. El diseño de la investigación corresponde a no experimental y transversal, debido a que no se manipulan las variables y los datos se recogen en un solo momento en el tiempo dado, permitiendo analizar el estado actual del objeto de estudio.

La población de este estudio está compuesta por los stakeholders del sector turístico en el cantón Jipijapa. En este contexto, se cuenta con 45 establecimientos turísticos legalmente registrados en el “Catastro Nacional de Actividades Turísticas” del año 2024, elaborado por el Ministerio de Turismo (Alay, 2024). En este contexto, los tipos de investigación aplicados en el estudio corresponden a descriptivo, bibliográfico y de campo. Las técnicas aplicadas para la investigación corresponden a las siguientes:

- **Entrevista:** Se aplicó a los actores claves como es el caso del Director de Turismo y Director de Desarrollo Económico del Gad municipal del cantón Jipijapa, para recopilar información clave sobre las políticas turísticas actuales, su impacto en el desarrollo económico y la cultura tributaria del sector turístico.
- **Encuesta:** En la investigación se aplicó a los administradores de establecimientos turísticos actores claves dentro del sector turístico, con el fin de recopilar información relevante sobre su conocimiento, actitudes y prácticas en torno a la cultura tributaria y su relación con las políticas turísticas implementadas en Jipijapa.

Resultados y discusión

Los resultados de la encuesta aplicada a los Stakeholders de Jipijapa permitieron identificar los principales factores que influyen en el cumplimiento de las obligaciones fiscales, así como los desafíos y oportunidades que presenta la gestión de las políticas turísticas en la promoción de una cultura tributaria más sólida. Los hallazgos obtenidos proporcionan una base fundamental para el diseño de estrategias que fortalezcan la educación fiscal y fomenten una mayor responsabilidad tributaria en el sector.

En el figura 2, se observa que el 33% de los encuestados realiza actividades relacionadas con el alojamiento (hoteles, hostales), lo que representa la mayor proporción entre los tipos de actividades en el sector turístico; la gastronomía, que incluye restaurantes y cafeterías, ocupa el segundo lugar con un 24%, reflejando su relevancia en el ámbito turístico; las artesanías y ventas locales constituyen el 20%, lo que resalta la importancia del comercio de productos tradicionales; por último, el transporte turístico y otras actividades representan cada uno un 11% de las respuestas.

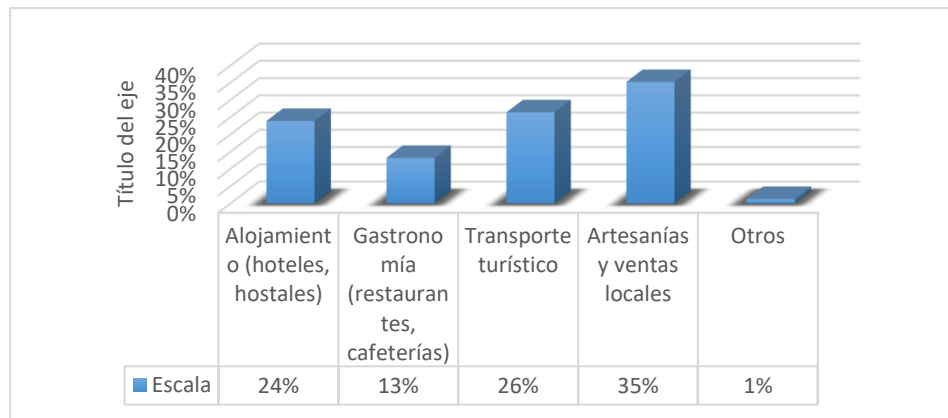


Figura 2: Tipo de actividad turística realizada por los negocios locales.

Fuente: Stakeholders turísticos de Jipijapa

Elaborado por: Autora de la investigación

Estos resultados muestran una diversificación de actividades dentro del sector, donde el alojamiento tiene un peso significativo, seguido por actividades que complementan la experiencia turística, como la gastronomía y las artesanías.

En lo que respecta al tiempo en que llevan operando en sus negocios, el 38% de los encuestados indicó que su negocio tiene entre 1 y 3 años operando, lo cual representa la mayor proporción en esta categoría; un 27% mencionó tener más de 5 años, evidenciando la presencia de negocios consolidados en el sector; por otro lado, un 20% afirmó llevar entre 3 y 5 años, mientras que el 16% tiene menos de un año de operación. Este panorama refleja un equilibrio entre negocios nuevos y establecidos, lo que indica un sector turístico en crecimiento constante y con oportunidades para nuevos emprendimientos.

De acuerdo a que si se considera que las políticas turísticas actuales han beneficiado el desarrollo económico de su negocio, el 40% de los encuestados considera que las políticas turísticas han beneficiado algo el desarrollo económico de su negocio; sin embargo, un 29% mencionó que el impacto ha sido poco; mientras que un 18% expresó que estas políticas no han beneficiado nada su negocio; solo el 13% opinó que las políticas han sido de mucha ayuda. Este resultado evidencia percepciones mayoritariamente críticas hacia las políticas actuales, indicando que aún hay margen para optimizar su impacto.

En lo que respecta a si han recibido algún tipo de apoyo o incentivo para fortalecer sus actividades turísticas de instituciones competentes a este sector, el 42% de los encuestados consideró que las políticas han promovido no mucho el turismo sostenible; mientras que un 24% opinó que han tenido un impacto parcial;

solo el 20% señaló que las políticas han promovido el turismo sostenible completamente; mientras que el 13% indicó que no lo han hecho en absoluto.

En el figura 3, el 42% de los encuestados afirmó haber recibido apoyo de manera limitada; mientras que un 22% mencionó haber recibido apoyo en varias ocasiones; un 20% respondió que no ha recibido ningún tipo de apoyo; y el 16% indicó no estar seguro. Esto refleja que, aunque existen incentivos, su alcance y frecuencia no son suficientes para abarcar a la totalidad del sector.

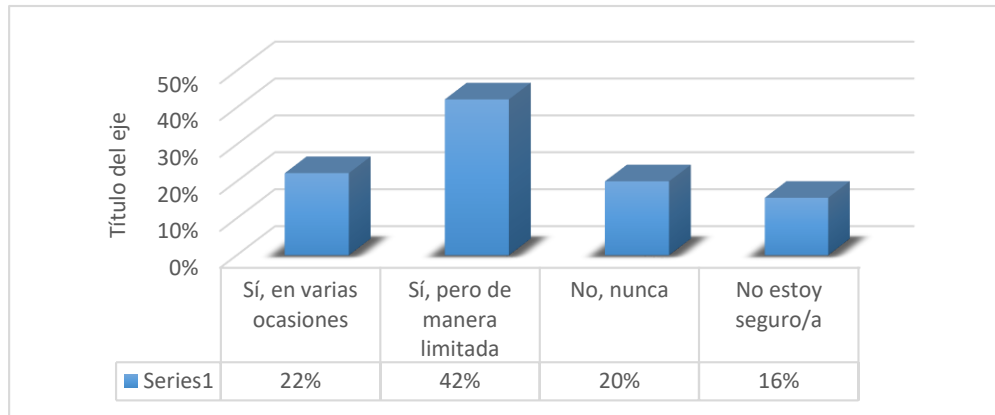


Figura 3. Apoyo e incentivos recibidos por los actores turísticos.

Fuente: Stakeholders turísticos de Jipijapa

Elaborado por: Autora de la investigación

En el figura 4, que señala la participación en programas de capacitación promovidos por las autoridades cantonales o provinciales para fortalecer la actividad turística, se constató que el 44% de los encuestados afirmó que participa ocasionalmente en programas de capacitación; mientras que el 22% lo hace raramente; un 20% nunca ha participado; y solo el 13% lo hace frecuentemente. Estos datos sugieren una baja frecuencia de participación, lo que podría estar relacionado con la falta de promoción o accesibilidad de los programas.

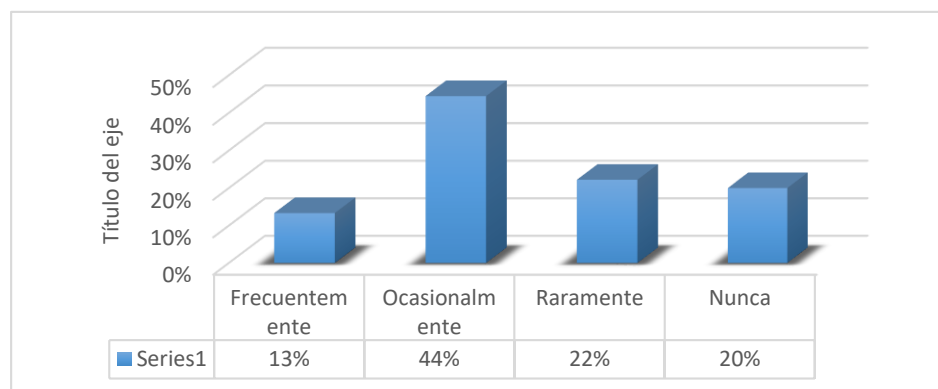


Figura 4. Participación en programas de capacitación para el sector turístico.

Fuente: Stakeholders turísticos de Jipijapa

Elaborado por: Autora de la investigación

En el figura 5, se observa que el 56% de los encuestados declara y paga impuestos a menudo; mientras que un 36% lo hace siempre; solo el 9% mencionó hacerlo raramente, y ninguno indicó no cumplir con esta obligación. Esto refleja un compromiso mayoritario con el cumplimiento tributario en el sector turístico.

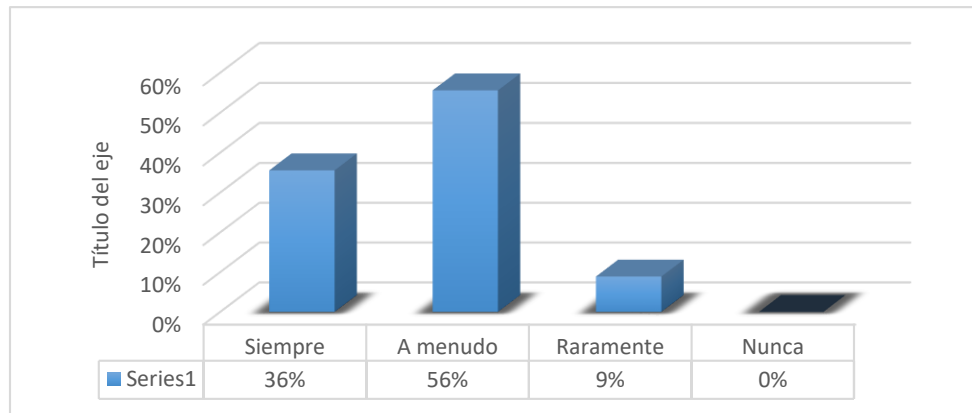


Figura 5. Frecuencia de declaración y pago de impuestos en el sector turístico.

Fuente: Stakeholders turísticos de Jipijapa
Elaborado por: Autora de la investigación

La frecuencia declara y paga sus impuestos relacionados con su actividad turística, el 56% de los encuestados declara y paga impuestos a menudo; mientras que un 36% lo hace siempre; solo el 9% mencionó hacerlo raramente, y ninguno indicó no cumplir con esta obligación. Esto refleja un compromiso mayoritario con el cumplimiento tributario en el sector turístico.

En cuanto, a que tan fácil le resulta el proceso para realizar declaraciones tributarias, el 36% de los encuestados calificó el proceso de declaraciones como difícil, mientras que el 24% lo considera muy difícil. Por otro lado, un 22% señaló que es muy fácil; y el 18% lo percibe como fácil. Estos datos evidencian que, para la mayoría, el proceso resulta complicado, lo que podría desincentivar el cumplimiento tributario.

En lo que respecta a los costos afectan negativamente las ganancias de su negocio, el 47% afirmó que los costos tributarios afectan mucho las ganancias de su negocio; y un 13% indicó que las afectan algo; por otro lado, un 22% consideró que no los afectan nada, y un 18% que no los afectan mucho. Esto refleja una percepción generalizada de que los costos tributarios son una carga significativa para el sector.

En base la consideración de que mejorar la cultura tributaria entre los actores turísticos puede beneficiar al sector en Jipijapa, el 42% de los encuestados cree que mejorar la cultura tributaria puede beneficiar completamente al sector; mientras que el 27% opina que beneficiaría en parte; solo un 18% piensa que el impacto sería no mucho, y un 13% considera que no beneficiaría en absoluto. Esto refleja un consenso positivo sobre el valor de una cultura tributaria sólida.

La satisfacción con el apoyo que recibe del gobierno local para el cumplimiento tributario y el desarrollo turístico, el 38% de los encuestados se siente poco satisfecho con el apoyo gubernamental; y un 18% indicó no estar nada satisfecho, solo el 27% expresó estar satisfecho; mientras que el 18% se siente muy satisfecho. Esto muestra una percepción mayoritariamente crítica sobre el apoyo gubernamental en el sector turístico.

Dentro de los resultados de la entrevista realizada al Director de turismo del GAD Municipal de Jipijapa, indica que las políticas turísticas actuales del GAD Municipal se centran en la promoción de los principales atractivos naturales y culturales del cantón, mediante iniciativas como festivales o ferias que refuercen la identidad local y el interés por nuestras tradiciones. Además, para fomentar el turismo sostenible, se implementan proyectos de conservación ambiental, ecoturismo en áreas rurales y capacitaciones que buscan sensibilizar a los actores locales sobre prácticas responsables.

Para apoyar a los actores turísticos, se han implementado talleres sobre atención al cliente, gestión de negocios y guías turística, aunque se ha identificado que aún tienen conocimientos básicos sobre sus obligaciones tributarias. En este sentido, el municipio coordina charlas con el SRI y otras entidades para fortalecer la cultura tributaria, pese a que no existen incentivos fiscales específicos para el sector. El acompañamiento técnico y la asesoría en trámites son las principales formas de apoyo que brinda el GAD Municipal.

Discusión

La cultura tributaria representa un pilar fundamental para el desarrollo económico de cualquier sociedad, ya que fomenta el cumplimiento de las obligaciones fiscales, lo que a su vez fortalece la recaudación y permite la ejecución de políticas sociales y económicas. Sin embargo, en Ecuador, diversos estudios han evidenciado que la carencia de cultura tributaria, junto con factores como la corrupción y la desconfianza en las instituciones, afectan negativamente la generación de ingresos fiscales. En este contexto, la presente discusión analiza los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas realizadas en el cantón Jipijapa, vinculándolos con los antecedentes teóricos y enfatizando la necesidad de adoptar estrategias que promuevan una cultura tributaria responsable en los establecimientos turísticos.

Los resultados evidencian que la mayoría de los actores turísticos en Jipijapa tienen conocimiento limitado sobre sus obligaciones tributarias y enfrentan dificultades en los procesos de declaración y pago. Esto coincide con lo señalado por Estrada (2023), quien resalta la necesidad de instaurar mecanismos de concienciación tributaria como herramienta para reducir la evasión fiscal. Aunque el GAD Municipal ha implementado talleres informativos, su alcance no ha sido suficiente para cubrir las necesidades del sector. Es fundamental reforzar estas iniciativas, integrando estrategias educativas prácticas y accesibles que fomenten un sentido de responsabilidad fiscal entre los contribuyentes y fortalezcan el desarrollo económico local.

Por otra parte, se destaca que las políticas actuales se centran en promover el turismo sostenible mediante proyectos de conservación y capacitación para sensibilizar a los actores locales, enfrentando desafíos como la falta de infraestructura y promoción adecuada, limitando su impacto. Esto se alinea con lo planteado por Vite y Carvajal (2021), quienes subrayan la importancia de identificar factores clave que fortalezcan una cultura tributaria responsable en sectores estratégicos como el turismo. A partir de este análisis, resulta crucial que las políticas se complementen con incentivos fiscales específicos y programas de acompañamiento técnico que promuevan la formalización y el cumplimiento tributario.

Es importante señalar que las políticas municipales han promovido la integración de actores locales mediante alianzas público-privadas y proyectos como rutas gastronómicas, lo que ha dinamizado la economía. Esto guarda relación con el enfoque de Bermeo y Ortiz (2022), quienes enfatizan el papel de los stakeholders en la sostenibilidad económica y financiera de las organizaciones. A pesar de los avances, persiste la necesidad

de diversificar la oferta turística y mejorar la infraestructura, lo que a su vez podría incrementar la formalización del sector, al fortalecer la cultura tributaria resulta una estrategia clave para consolidar el turismo como eje de desarrollo económico sostenible.

Conclusiones

La evaluación de las políticas turísticas implementadas en Jipijapa revela que su eficiencia para mejorar la cultura tributaria de los Stakeholders es limitada, aunque se han realizado esfuerzos para fomentar actividades económicas en el sector turístico, la percepción general de los actores indica que estas políticas no han sido suficientemente inclusivas ni efectivas para garantizar una mejora significativa en el cumplimiento tributario, evidenciando la necesidad de articular mejor las políticas económicas y sociales con las acciones dirigidas a la capacitación y sensibilización tributaria.

En cuanto al nivel de conocimiento y cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Stakeholders, los datos obtenidos reflejan un panorama preocupante, si bien una mayoría de los establecimientos turísticos declara y paga impuestos con regularidad, muchos actores no comprenden completamente sus obligaciones o consideran los trámites complicados, demostrando una carencia en la formación y orientación tributaria, lo cual limita la posibilidad de un crecimiento sostenible en el sector turístico; asimismo, los costos tributarios son percibidos como una carga significativa, lo que reduce la motivación para cumplir con estas obligaciones.

Referencias

- Alay, O. (2024). Diseño de un producto turístico para potenciar el desarrollo sostenible del cantón Jipijapa. Ecuador: [Tesis, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4213/1/ALAY%20BAQUE%20OSCAR%20EDUARDO.pdf>
- Altamirano, A. (2019). Identificación de los stakeholders y conflictos de intereses en las cooperativas de ahorro y crédito de Ecuador. Revista Científica "Visión de Futuro", 22(2), 20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/3579/357959312005/357959312005.pdf>
- Alvarado, N. (2024). Análisis de la cultura tributaria: Factores que influyen en el incumplimiento fiscal de los contribuyentes de la ciudad del Tena del año 2023. Universidad de las Fuerzas Armadas, 1-15. doi:<https://doi.org/10.24133/hjckvz96>
- Araújo, M., & Parra, M. (2023). Políticas turísticas, actores sociales y ecoturismo. Economía, sociedad y territorio, 12. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212013000300004
- Avila, H. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE . Revista Didasc@lia, 18.
- Bello, E. (2021). Stakeholders: quiénes son, por qué son importantes y cómo gestionarlos. Digital Business, 11.
- Briceño, L. (2018). Análisis de los factores que afectan el desempeño laboral de los trabajadores de Apoyo y Servicios Profesionales filial Chimbote - 2018. Perú: [Tesis, Universidad César Vallejo].

- Calle, A., & Landazuri, K. (2023). Cultura tributaria y la rentabilidad de las empresas hoteleras del cantón Puerto López. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 7(12), ISSN: 2697-3456. doi:<https://doi.org/10.46296/yc.v7i12edespmar.0300>
- Cevallos, E., & Ubillús, J. (2023). Incidencia de la cultura tributaria en el Impuesto a la Renta de las Pymes del sector pesquero en Manta, 2023. *Reincisol*, p. 283-306. doi:[https://doi.org/10.59282/reincisol.V4\(7\)283-306](https://doi.org/10.59282/reincisol.V4(7)283-306)
- Chonillo, M. (2021). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de tributos a la actividad económica de los contribuyentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo. *Digital Publisher CEIT*, 8(6), p.494-611. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2145>
- Diez, S., & Encalada, L. (2024). Análisis de La cultura tributaria de las organizaciones del sector agropecuario. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 20(120), 23. doi:<https://doi.org/10.47460/uct.v27i120.737>
- Estrada, S. (2023). Análisis de la cultura tributaria con base en los aspectos que condicionan o coadyuvan a su fortalecimiento. [Tesis, Universidad Andina Simón Bolívar], 60. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9156/1/T4003-MDT-Estrada-Analisis.pdf>
- Estrada, S. (2023). Importancia de la cultura tributaria para minimizar impuestos en el Ecuador. Ecuador: NSTA MAGAZINE. Obtenido de <http://revista.redinsta.com/index.php/instamagazine/article/view/49>
- Herrera, M. (2020). Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador. Quito, Ecuador: [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar]. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7769/1/T3359-MRI-Herrera-Analisis.pdf>
- López, P. (2022). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 21. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Loza, E. (2023). Los stakeholders. [Tesis, Universidad Nacional del Chimborazo], 1-85. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12152/1/Loza%20Robalino%2C%20E%20%282023%29%20Los%20stakeholders%20y%20el%20desarrollo%20competitivo%20del%20sector%20agr%20C3%ADcola%20del%20Cant%20C3%B3n%20Cumand%20C3%A1%20Provincia%20de%20Chimborazo.%20%28Tesis%20d>
- Mejía, O., Pino, R., & Parrales, C. (2022). Políticas tributarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. Aproximación a un modelo teórico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1147-1165. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051010/html/>
- Mora, C., & Rodríguez, I. (2020). ¿Cómo desarrollar políticas públicas turísticas de alto impacto para la gestión del turismo en Ecuador? *Revista Dominio de las Ciencias*, p. 638-647. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1420>
- Ñaupas, H. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U,
- Paredes, M. (2023). Educación Tributaria: La clave para una ciudadanía responsable. México: Euroinnova.

- Pazmiño, M. (2024). La cultura tributaria en Ecuador y su contribución como fuente de ingreso fiscal. [Tesis, Universidad UNIANDÉS], 1-24. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/17356>
- Pila, E. (2022). Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi. Ambato, Ecuador: [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/dd87e8d7-8d1b-40a6-8393-11efda210959/content>
- Pilatasig, M. (2024). Cultura tributaria en los locales comerciales de la zona centro del cantón Santa Elena. La libertad, Ecuador: [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10816/1/UPSE-TCA-2024-0022.pdf>
- Quispe, G., & Arellano, O. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Revsita Espacios*, 42(29), 20. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>
- Reyes, A., & Matute, J. (2024). El Régimen RIMPE y su incidencia en la recaudación tributaria del impuesto a la renta en personas naturales no obligadas a llevar contabilidad del sector turístico de Guayaquil, periodo 2020 -2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 1-25. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.14610
- Rivera, C. (2022). El régimen impositivo para microempresas y su incidencia en los principios tributarios de la constitución del Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 2846-2864. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3285
- Romero, D. (2023). Cultura tributaria y su efecto en la devolución del impuesto al valor agregado. Riobamba, Ecuador: [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Chimborazo]. Obtenido de h
- Schenkel, E. (2020). Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política. *Revista Reflexiones*, 98(2), 129-140. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/729/72961558007/html/>