

AÑO 27 NO. 100
Número especial 8, 2022



Año 27

Número especial 8, 2022

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES



Relación de los índices financieros con la actitud tributaria de las microempresas

Santillan, Raúl*
Barberan, Nancy**
Bastidas, Tomás***
Peña, Miguel****

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación de los índices financieros con la actitud tributaria de las microempresas, cuyo enfoque es de tipo cuantitativo, de alcance correlacional y de diseño transversal, se realizó mediante el modelo de ecuaciones estructurales aplicado a través del método de mínimos cuadrados parciales. Se desarrolló una investigación de tipo descriptiva, cuantitativa. Los resultados muestran que únicamente la Complejidad de los impuestos tiene una relación positiva y significativa con la Rentabilidad. El resto de los componentes de la Actitud tributaria no tienen una relación significativa con la Rentabilidad, ya que en todos los casos el p-valor obtenido es mayor a 0.05, lo que permite indicar que no tienen ningún tipo de influencia sobre la rentabilidad empresarial. Se concluye que la complejidad tributaria, sanciones de la disuasión fiscal, estructura de la tasa fiscal, costos psicológicos impositivos y equidad de la ley fiscal, se consolidan como actitudes gerenciales y se relacionan con las características de la tributación.

Palabras clave: rentabilidad; actitud tributaria; microempresas; impuesto

Recibido: 06.03.22

Aceptado: 10.07.22

* Ingeniero Comercial. Docente. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Correo electrónico: raul.santillanl@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5558-5777>

** Doctora en Administración Estratégica de Empresas. Docente. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Correo electrónico: nancy.barberan@cu.ucsg.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0539-4390>

*** Máster en Telecomunicaciones. Docente. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Correo electrónico: tomas.bastidas@cu.ucsg.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5168-5968>

**** Ingeniero en Automatización y Control de Telecomunicaciones. Correo electrónico: andresstereotaxy@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9047-6859>

Tax attitude and its relationship with profitability

Abstract

The objective of this study was to determine the relationship of financial indices with the tax attitude of microenterprises, whose approach is quantitative, correlational in scope and cross-sectional in design, it was carried out using the structural equation model applied through the method of partial least squares. A descriptive, quantitative research was developed. The results show that only Tax Complexity has a positive and significant relationship with Profitability. The rest of the components of the Tax Attitude do not have a significant relationship with Profitability, since in all cases the p-value obtained is greater than 0.05, which indicates that they do not have any type of influence on business profitability. It is concluded that tax complexity, tax deterrence sanctions, tax rate structure, tax psychological costs and equity of the tax law, are consolidated as managerial attitudes and are related to the characteristics of taxation.

Keywords: profitability; tax attitude; microenterprises; tax

1. Introducción

Una de las principales formas de corrupción es la defraudación tributaria, bajo este contexto el problema radica en que los propietarios de los negocios en su afán de cumplir con sus objetivos de rentabilidad adoptan mecanismos para evadir impuestos y de esta manera lograr rendimientos superiores a los pronosticados, lo cual refleja una mejora en sus inversiones lo que contribuye al incremento de inversiones externas y a su vez consolidarse con las más rentables dentro del mercado en el cual opera. La rentabilidad como indicador de una empresa posee sus acercamientos o alejamientos con relación a la liquidez de esta, no debe confundirse con la necesidad de obtener utilidades con la armoniosa forma de generar liquidez

(Carrazana et al, 2016).

Se debe tener bien definidos los objetivos de la empresa y sus procesos, demostrar que estos necesitan soporte de herramientas de tecnología de información que le generen un valor agregado a la empresa y mejoren su rentabilidad (Espinal-Rojas, 2013).

No existen indicadores claros que midan el aporte de las innovaciones en las empresas y su impacto en la competitividad de estas (Ortiz et al, 2017). La creación de valor económico y financiero no es suficiente para sostener a una organización en el largo plazo. El valor moral o ético constituye un elemento importante en el mercado. A medida que las organizaciones evolucionan son analizadas por el mercado y exponen inevitablemente su rentabilidad (Schwarz-Diaz, 2018).

Los analistas emiten pronósticos de ganancias y flujo de efectivo para una empresa, la precisión del pronóstico de flujo de efectivo predice la rentabilidad de las recomendaciones de acciones, incluso después de controlar la precisión del pronóstico de ganancias (Pan, 2019). La mayoría de las empresas cumplen con algunas regulaciones, pero no con otras. Las empresas más formales tienden a ser más rentables y tienen una mayor producción por trabajador. Este impacto opera, entre otras cosas, a través de un mejor acceso al crédito y mayores ventas a través de la emisión de recibos de impuestos (Medvedev y Oviedo, 2015). Los efectos de ganancias dependen de cómo los intereses desalineados se comparan con el valor del efecto de las estrategias financieras utilizadas (Bryan y Hovenkamp, 2016).

La empresa como ente económico y social tiene interés por ser eficiente y adaptarse continuamente a los cambios que se desencadenan en el entorno social, económico, tecnológico y medioambiental. Para llevar a término esta adaptación, no es suficiente el empleo de las técnicas clásicas, sino que deben formularse herramientas novedosas que faciliten este proceso (Cantero-Cora y Leyva-Cardoñosa, 2016).

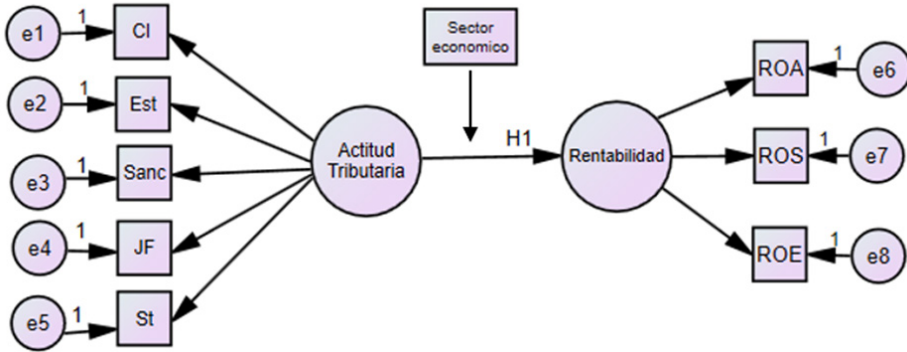
El presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre la actitud tributaria y los índices financieros de las microempresas en Guayaquil,

mediante la metodología de ecuaciones estructurales cuya población es de 14,093, obteniendo una muestra de 400 microempresas, se calculó el índice de confiabilidad compuesto para determinar la confiabilidad de las escalas usadas, adicional a ello se aplicó la validez convergente y discriminante para evaluar el nivel de varianza común del constructo aplicado, los datos se analizaron mediante modelos de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales. Los datos obtenidos mediante las encuestas aplicadas se analizaron mediante modelos de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) utilizando el Software SmartPLS.

Para la confiabilidad del instrumento se calculó el índice de confiabilidad compuesto para determinar la confiabilidad de las escalas, este índice refleja la relación entre la varianza explicada y la varianza total (Kline, 2016). En todos los casos, el índice de fiabilidad compuesto obtenido es superior al valor de 0.7, por lo que pueden considerarse escalas fiables.

Se realizó un muestreo por conveniencia, ya que algunas de las microempresas que inicialmente iban a ser encuestadas, no proporcionaban información, adicionalmente las limitaciones por efecto del COVID-19. Considerando las variables de estudio, en el diagrama 1 se muestra el modelo aplicado en el presente estudio.

Diagrama 1
Modelo de las variables



Fuente: Elaboración propia (2022).

El modelo planteado se basa en la relación de la actitud tributaria con la rentabilidad de las empresas, en función de ello es necesario indicar que cada organización tiene como fin último aumentar las ganancias, para ello usan diversos indicadores de rentabilidad como lo es el ROA, ROS y ROE; por tal motivo, en el modelo expuesto la variable rentabilidad se mide en función de estos indicadores. Por otro lado, la variable actitud tributaria se mide en función de cinco factores que son complejidad de los impuestos (CI), estructura de la tasa impositiva (Est), sanciones de disuasión fiscal (Sanc), equidad de la ley tributaria (JF) y costos Psicológicos (St).

2. Teorías sobre la Actitud Tributaria

Considerando la Teoría de la Acción Razonada, desarrollada por Ajzen y Fishbein (1975) ha tenido la finalidad de explicar y predecir la conducta del ser humano. Esta teoría ha

suministrado una contribución importante al entendimiento de los determinantes de la conducta y explicación del comportamiento humano relacionando (Ajzen, 1985, 1991; Ajzen et al, 1975). Bajo esta premisa, con respecto a las estrategias de cumplimiento tributario, la medición de la intención se aprovecha cuando el sistema que crea el impuesto lo realiza de forma óptima, haciendo que los contribuyentes cumplan con éxito (Langham et al, 2012).

La teoría modificada llamada Teoría del Comportamiento Planificado difiere de la Teoría de la Acción Razonada, por cuanto se tiene en consideración la percepción, así como un control sobre el comportamiento analizado. La Teoría del Comportamiento Planificado postula tres conceptos independientes determinantes de la intención. Primero es la actitud hacia el comportamiento y se refiere al grado en que una persona tiene una favorable o desfavorable evaluación o valoración de la conducta en cuestión. El segundo es un factor

social denominado norma subjetiva y se refiere a la percepción de la presión social para realizar o no la conducta. La tercera es el grado de control del comportamiento percibido, y se refiere a la facilidad o dificultad de percepción de la realización de la conducta y se supone que reflejan la experiencia pasada, así como los impedimentos y obstáculos anticipados (Ajzen, 1991).

En este sentido, la relación entre las características organizacionales, riesgos percibidos, nivel de comprensión y la responsabilidad del gobierno con las actitudes de los contribuyentes es positiva, mientras que la percepción de la carga fiscal no es significativa. El nivel de comprensión, la actitud y el entendimiento de los impuestos conllevan a un mayor cumplimiento tributario (Jugurnath y Ramen, 2018). Las pequeñas empresas pueden adoptar más de una postura para pagar impuestos, algunas veces cooperan y otras desafían, dependiendo de las circunstancias (Floril, 2016).

En general, la percepción de la confiabilidad y justicia de una autoridad ayudan a cerrar la distancia social percibida entre los contribuyentes y la autoridad tributaria (Tan y Braithwaite, 2018). Bajo este contexto; en primer lugar, el impuesto de la forma y el cinismo de actitud en la relación entre los fiscales de la ética, la imparcialidad de la conciencia; Segundo, el cinismo es una actitud y un impuesto conforme con el comportamiento en la relación entre el cognitivo, el cinismo es solo impacto estadísticamente significativo, mientras que el 'emocional cinismo de la lealtad', 'quejarse del comportamiento', 'silencio'; y, Tercero, de impuestos, conocimiento de impuestos y compatible con la ley en la relación entre la 'lealtad' en caso de 'impuesto ético' (Young-Kyu, 2015).

Un compromiso de larga duración fomenta el cumplimiento tributario y puede reducir la tentación para evadir impuestos, el compromiso una variable fundamental que influye en las decisiones de los contribuyentes (Mittone y Saredi, 2016). Roth et al, (1989) definieron el cumplimiento tributario como el cumplimiento de los términos, requisitos y la manera en que todos los pagos requieren la presentación de la declaración tributaria en el tiempo apropiado. De ahí que, en la aplicación de la Teoría de la Acción Razonada, se correlacionarán las variables de poder de las autoridades y compromiso con la intención del cumplimiento tributario (Barberan et al, 2020), utilizando instrumentos propuestos por Kastlunger et al, (2013); y Ajzen y Fishbein (1975; 1980).

Los aspectos de actitud tributaria se refieren a la medición de las actitudes gerenciales de los encuestados hacia algunas características de la tributación; tales como la complejidad tributaria, estructura de la tasa fiscal, sanciones de la disuasión fiscal, equidad de la ley fiscal y costos psicológicos impositivos (Sapici et al, 2014). El índice de nivel de impuestos y el índice de progresividad de impuestos miden las actitudes fiscales similares, aunque conceptualmente distintas, se sigue el procedimiento descrito por Edlund (2000). El índice de nivel de impuestos refleja las actitudes de los encuestados hacia la cantidad total de impuestos, calculada por t_{hi} (impuestos para aquellos con ingresos altos), t_{mi} (impuestos para aquellos con ingresos medios) y t_{li} (impuestos para aquellos con bajos ingresos) (Sumino, 2016).

Por tal motivo, la actitud tributaria de los contribuyentes se relaciona con los factores antes indicados, por lo cual

es imperativo que la Administración Tributaria fomente las actitudes gerenciales para con ello generar un cumplimiento del pago de impuesto en las microempresas, por tal motivo y considerando lo manifestado por Hernández (2011) para construir una cultura tributaria es necesario un proceso de transformación desde los contribuyentes.

3. Rentabilidad en las empresas: estados financieros

Según el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) en su publicación NIIF para las PYMES indica que el objetivo de los estados financieros de las pequeñas y medianas entidades es proporcionar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad que sea útil para la toma de decisiones económicas de una amplia gama de usuarios (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009). La comprensibilidad, relevancia, materialidad, fiabilidad, prudencia, integridad, comparabilidad, oportunidad y el equilibrio entre costo y beneficio son consideradas como características cualitativas de la información en los estados financieros, pero la falta de revelación de las políticas contables y la omisión de material explicativo a través de las notas puede ocasionar confusiones en los usuarios finales. La falta de revelación de la información en las notas de los estados financieros es uno de los factores que limita una interpretación correcta de los mismos y a pesar de que la información es pública y se puede acceder a ella, no necesariamente muestra la trazabilidad realizada para alcanzar las cifras presentadas.

Los indicadores de rentabilidad, miden la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades (Ortiz, 2011), estas medidas permiten a los analistas evaluar también las utilidades con respecto a las ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios, entre ellos está el margen de utilidad operativa que mide la utilidad ganada en las operaciones e ignora los intereses, los impuestos y los dividendos, el mismo se lo calcula dividiendo la utilidad operativa sobre las ventas; el margen de utilidad neta (ROS) incluye los intereses, impuestos y dividendos, se lo obtiene dividiendo las ganancias disponibles para los accionistas sobre las ventas; el rendimiento sobre los activos totales (ROA) mide la eficacia general de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles, se lo obtiene dividiendo las ganancias disponibles para los accionistas para el total de activos; el retorno sobre el patrimonio (ROE) mide el retorno ganado sobre la inversión de los accionistas, se lo obtiene dividiendo las ganancias disponibles para los accionistas para el capital accionario, el margen de utilidad neta mide el porcentaje de cada dólar que queda después de la disminución de costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes (Gitman, 2007).

El activo corriente posee su contrapartida en el pasivo corriente, mientras el segundo tiene un costo de capital u oportunidad, el primero, denominado activo corriente, debe responder a la variable rentabilidad en una organización. Esta premisa contrapone lo tradicionalmente expuesto que la rentabilidad se encuentra atada al largo plazo (Altuve, 2014). Para muchos empresarios es importante

conocer la rentabilidad que se obtiene al invertir el capital en la organización, puesto que muchas variables inciden en el comportamiento de la utilidad, es necesario mantener un lineamiento confiable en las operaciones de esta (Bejar-León y Jijón-Gordillo, 2017).

El financiamiento interno guarda relación con recursos propios de la empresa que se originan en las operaciones de la empresa, mientras que el financiamiento externo concatena recursos externos a corto o largo plazo. Por otro lado, la rentabilidad es el retorno de la inversión, también conocida como utilidad. Se considera la rentabilidad económica como la utilidad medida en relación con los activos y la rentabilidad financiera como la medida de la utilidad con respecto al patrimonio (Salluca y Correa, 2015).

El revenue management es el proceso de influir en el comportamiento del cliente con la finalidad de obtener el mayor beneficio posible (Pérez y Gimeno, 2013). Las empresas buscan aumentar la rentabilidad que obtienen de sus actividades comerciales, por tal razón emprender planes de ventas se convierte en una herramienta útil al desarrollo económico, más aún cuando el producto a ofrecer a los clientes es un artículo el mismo que contiene un plan de ventas que contenga estrategias de marketing definidas adecuadamente y promociones realizables ayuda a incrementar la rentabilidad de cualquier empresa (Angulo et al, 2018).

La rentabilidad de la empresa depende de sí misma, por lo que la empresa puede identificar segmentos de compradores en los que tiene la mayor brecha de valor; es decir, una ventaja de brecha de valor. Estos resultados suelen suponer, ya sea explícita o implícitamente, que las empresas

tienen costos marginales constantes. Si la brecha de valor de una empresa se define como su creación de valor marginal con un comprador, las brechas de valor proporcionan una base para la rentabilidad de una empresa en general (Stuart, 2015). El ingreso neto es igual a la ganancia bruta en poder predictivo cuando tienen deflatores consistentes. La deflación de las ganancias por el valor en libros de los activos totales da como resultado una variable que es el producto de la rentabilidad y la relación entre el valor de mercado del patrimonio y el valor en libros de los activos totales, que tiene un precio (Ball et al, 2014).

Los conceptos básicos de la gestión financiera enseñan a menudo que la liquidez y la rentabilidad, muy importantes para las empresas en términos de supervivencia y crecimiento, no suelen ir de la mano entre sí. En casi todas las teorías existe una relación inversa entre liquidez y rentabilidad, principalmente debido a la naturaleza limitada de los recursos financieros. En la mayoría de los casos, las empresas tienen que decidir usar los fondos disponibles para fines a corto plazo para satisfacer las necesidades de liquidez o para financiar las necesidades a largo plazo de obtener ganancias y crecer a largo plazo (Johny, 2017).

Los factores económicos comúnmente identificados que pueden influir en la elección de los métodos de contabilidad de una empresa son los esquemas de bonificación de gestión y el apalancamiento (Necula, 2017). La nivelación de ingresos es una acción lógica y racional que los gerentes intentan reducir la variación anormal en las ganancias utilizando herramientas especiales en contabilidad. Existe una relación negativa y significativa entre la rentabilidad y la nivelación de los

ingresos (Ratnaningrum, 2016).

Un emprendedor influye en los parámetros del proceso de decisión estratégica por el enfoque que va a adoptar (racional, emocional o intuitivo). El proceso de decisión, por otro lado, afecta la rentabilidad empresarial, el conocimiento y la experiencia. La toma de decisiones exitosa requiere una comprensión precisa del entorno en el que se tomará la decisión. La lógica detrás de la toma de decisiones empresariales es un tema complejo, no explicado claramente por la teoría económica tradicional (Yousfani et al, 2019). Los indicadores de actividad económica, agrupados en el sistema metodológico unificado con base en un enfoque integral, brindan la oportunidad de realizar un análisis profundo y confiable del problema estudiado y encontrar las formas de mejorar la actividad financiera y económica (Korotkova, 2016).

Existe una relación positiva entre el ciclo de conversión de efectivo y la rentabilidad de la empresa. Esto significa:

- En primer lugar, que a medida que aumenta el ciclo de conversión de efectivo, aumentará la rentabilidad de la empresa, y los gerentes pueden crear un valor positivo para los accionistas al aumentar el ciclo de conversión de efectivo a un nivel razonable;
- En segundo lugar, existe una relación negativa entre liquidez y rentabilidad que muestra que a medida que disminuye la liquidez, la rentabilidad también aumenta;
- En tercer lugar, existe una relación negativa muy significativa entre el período promedio de cobro y la rentabilidad, lo que indica que una disminución en el número de días que una empresa recibe el pago de

las ventas afecta positivamente la rentabilidad de la empresa;

- En cuarto lugar, existe una relación positiva muy significativa entre el período de pago promedio y la rentabilidad. Esto implica que cuanto más demore una empresa en pagar a sus acreedores, más rentable será.
- Y, en quinto lugar, existe una relación negativa muy significativa entre la rotación de inventario en días y la rentabilidad, lo que sugiere que las empresas que mantienen niveles de inventario suficientemente bajos reducen el costo de almacenar el inventario, lo que resulta en una mayor rentabilidad (Ponsian et al, 2014).

Las empresas consideran que el pagar tributos disminuyen sus ganancias. La gestión de los ingresos tiene un efecto positivo en la planificación fiscal (Adam y Putri, 2018). La elaboración de la información financiera está relacionada con los impuestos y el flujo de efectivo de una empresa (Hashim et al, 2016); así como también con la planificación agresiva de tributos (Kamila, 2014). Un elemento importante son los incentivos tributarios, los cuales son parte de la política de estímulo fiscal. Se espera que la política de incentivos tributarios mejore la rentabilidad comercial de las empresas, además de proporcionar el índice de margen de beneficio, el índice de beneficio operativo, el beneficio neto del índice, el rendimiento del activo (ROA) y el rendimiento del patrimonio (ROE).

El pago de impuesto sobre las ganancias se ha introducido dentro del sistema tributario de la mayoría de los países de América Latina, en donde Ecuador no es la excepción, en este sentido, como lo afirma Pérez y López

(2013) estos impuestos han permitido incrementar la recaudación fiscal; sin embargo, y considerando lo expuesto en los apartados anteriores existe desconformidad por los dueños de empresa, ya que existe la percepción de que el pago de tributos reduce las ganancias y tiene efectos negativos sobre algunos índices de rentabilidad.

Considerando ello y según lo expuesto por Sumiati (2018) existe una diferencia significativa en el índice de margen de beneficio bruto, mientras que el índice de rentabilidad del ingreso operativo, el índice de margen de beneficio neto, el retorno sobre los activos (ROA) y el retorno sobre el patrimonio (ROE) no tienen un efecto significativo en la política de estímulo fiscal debido a las

actividades operativas, activos y capital aún utilizados de manera efectiva.

4. Actitud tributaria e índices financieros en microempresas

En Guayas existen 14,115 microempresas activas, de las cuales 14,093 pertenecen a Guayaquil correspondiente al 99.84%, registradas en los sectores servicios, construcción, inmobiliarios, de comercio; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca y manufactureras.

Según la Resolución No. 1260 de la Comunidad Andina de Naciones (Comunidad Andina de Naciones, 2009), el tamaño de las empresas es de acuerdo con el personal ocupado y al volumen de ventas (tabla 1).

Tabla 1
Tamaños de las empresas

Clasificación de las empresas	Volúmenes de ventas anuales	Personal ocupado
Microempresa	Menor a 100.000	1 a 9
Pequeña empresa	De 100.001 a 1'000.000	10 a 49
Mediana empresa "A"	De 1'000.001 a 2'000.000	50 a 99
Mediana empresa "B"	De 2'000.001 a 5'000.000	100 a 199
Grande empresa	De 5'000.001 en adelante	200 en adelante

Fuente: Tomado de la Disposición Técnica para la Transmisión de Datos de Estadísticas de PYME de los Países Miembros de la Comunidad Andina (Comunidad Andina de Naciones, 2009).

La muestra obtenida de datos fue de 400 microempresas. La Tabla 2 muestra los valores obtenidos para cada uno de los constructos. En todos los

casos, el índice de fiabilidad compuesto obtenido es superior al valor de 0.7, por lo que pueden considerarse escalas fiables.

Tabla 2
Fiabilidad de las escalas de cada variable latente

Constructo	Índice de Confiabilidad Compuesta	Número de Ítems
Complejidad de los Impuestos	0.705	3
Estructura de la Tasa Impositiva	0.703	3
Sanciones de Disuasión Fiscal	0.759	3
Equidad de la ley tributaria	0.702	3
Costos Psicológicos	0.772	3
Rentabilidad	0.727	3

Fuente: Elaboración propia (2022).

La validez convergente evalúa el nivel de varianza común que poseen los indicadores de un mismo constructo (Hair et al, 2010). Los elementos que son indicadores de una variable latente específica deben converger o compartir una alta proporción de varianza en común. Si esto es cierto, el modelo satisface el criterio de validez convergente. Este criterio fue evaluado mediante el procedimiento establecido por Hair et al, (2010) para quienes un modelo presenta validez convergente cuando los coeficientes estimados estandarizados son mayores o iguales a 0.50, aunque lo ideal es que sean mayores a 0.7.

En la mayoría de los casos los

parámetros estandarizados fueron mayores a 0.5, no obstante, para los casos donde el valor era menor a este límite requerido, el índice de confiabilidad compuesto fue mayor a 0.7, por lo que se puede concluir que las escalas son confiables. En la Tabla 3, se muestran los valores obtenidos y, como se evidencia, se puede concluir que se cumple el criterio de validez convergente. También se muestra el valor de la varianza promedio extraída (AVE), valor que permite evaluar la validez convergente. Un valor de AVE de 0.50 o mayor indica que, en promedio, el constructo explica más de la mitad de la varianza de sus indicadores, cumpliendo los criterios de validez convergente.

Tabla 3
Validez Convergente de los Constructos

Constructo	Parámetros Estandarizados	Número de Ítems	AVE
Complejidad de los Impuestos		3	0.534
Complejidad1	0.889		
Complejidad2	0.434		
Complejidad3	0.517		
Estructura de la Tasa Impositiva		3	0.547
Estructura1	0.973		
Estructura2	0.421		
Estructura3	0.414		
Sanciones de Disuasión Fiscal		3	0.584
Sanciones1	0.704		
Sanciones2	0.777		
Sanciones3	0.428		
Equidad de la ley tributaria		3	0.537
Equidad1	0.983		
Equidad2	0.850		
Equidad3	0.960		
Costos Psicológicos		3	0.536
Costos1	0.747		
Costos2	0.842		
Costos3	0.585		
Rentabilidad		3	0.545
ROA	0.593		
ROE	0.532		
ROS	0.837		

Fuente: Elaboración propia (2022).

Una vez verificada la validez convergente del modelo, se analizó la validez discriminante del modelo de medida. Para ello, se utilizó el procedimiento propuesto por Hair et al, (2010). Estos autores establecieron que la estimación de la varianza promedio extraída (AVE) para dos factores debe ser

mayor que el cuadrado de la correlación entre los dos factores. Los resultados mostrados en la Tabla 4 corroboran que el valor AVE estimado de cada constructo es mayor que el cuadrado de la correlación entre cada par de variables latentes, por lo que se cumple el criterio de validez discriminante del modelo.

Tabla 4
Análisis de Validez Discriminante

	Complejidad de los Impuestos	Estructura de la Tasa Impositiva	Sanciones de Disuasión Fiscal	Equidad de la ley tributaria	Costos Psicológicos
Complejidad de los Impuestos					
Estructura de la Tasa Impositiva	0.341				
Sanciones de Disuasión Fiscal	0.210	0.163			
Equidad de la ley tributaria	0.0.036	0.299	0.277		
Costos Psicológicos	0.108	0.010	0.020	0.012	
Rentabilidad	0.112	0.100	0.018	0.042	0.009
AVE	0.534	0.547	0.584	0.537	0.536

Fuente: Elaboración propia (2022).

5. Conclusiones

Se concluye que las actitudes gerenciales tienen una inclinación con las características de la tributación, tales como la complejidad tributaria, sanciones de la disuasión fiscal, estructura de la tasa fiscal, costos psicológicos impositivos y equidad de la ley fiscal.

Así mismo, existe una relación entre las variables analizadas, puesto que las empresas difieren que con el pago de los tributos disminuyen la rentabilidad; por lo tanto, es importante que los entes reguladores motiven el pago de los impuestos por medio de la ayuda de incentivos tributarios, lo cual fomente la cultura tributaria; sin embargo, los controles por parte de la Administración Tributaria son contraproducentes, por lo que se sugiere que se destine una

parte del presupuesto de los tributos en el desarrollo de actividades de difusión de cumplimiento; para que de esta forma los contribuyentes conozcan a **dónde van sus impuestos**, es necesario que las autoridades se capaciten para poder explicar el destino de los tributos.

Referencias bibliográficas

- Adam, M., y Putri, S. (2018). The Effect of Corporate Governance Mechanism on Tax Aggressiveness With Earnings Management as Intervening Variable. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 4(4), 11–26. <https://doi.org/10.32602/jafas.2018.002>
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In Action control, pp. 11-39.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., y Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261.
- Altuve, J. (2014). Rentabilidad de la variable activo corriente o circulante. *Actualidad contable Faces*, 17(29), 5-17.
- Angulo, R., Aristega, J., y Mazacon, M. (2018). La rentabilidad basada en los planes de ventas empresariales. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://ideas.repec.org/a/erv/observ/y2018i24616.html>
- Ball, R., Gerakos, J., Linnainmaa, J., y Nikolaev, V. (2014). Deflating Profitability. SSRN Scholarly Paper No. ID 2414543, Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=2414543>
- Barberan Zambrano, N. J., Bastidas Cabrera, T. G., Romero Paz, M. de J., & Peña Gaibor, M. (2020). Poder y compromiso: intención de cumplimiento tributario. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(89), 278-293. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31391>
- Bejar-León, L., y Jijón-Gordillo, E. (2017). Medición de la rentabilidad para los accionistas ¿Es el ROE un indicador confiable para evidenciar la rentabilidad de los accionistas? *Polo del Conocimiento*, 2(5), 1354-1361.
- Braitwaite, V. (2003). Dancing with tax authorities: Motivational postures and non-compliant actions. *Taxing democracy*, 3, 15-39.
- Bryan, K., y Hovenkamp, E. (2016). Profitable Double Marginalization. SSRN Scholarly Paper No. ID 2734513 Social Science Research. [dhttps://papers.ssrn.com/abstract=2734513](https://papers.ssrn.com/abstract=2734513)
- Cantero-Cora, H., y Leyva-Cardoñosa, E. (2016). La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. *Ciencias Holguín*, 22(4), 1-17.
- Carrazana, X., Rech, I., y Tavares, M. (2016). Relacionamiento entre Rentabilidad y Liquidez. Papel da Contabilidade na Governança das Instituições Públicas e Privadas. <https://lens.org/097-747-642-825-325>
- Comunidad Andina de Naciones (2009). Disposición Técnica para la Transmisión de Datos de Estadísticas de PYME de los Países Miembros de la Comunidad Andina. Pub. L. No. Resolución No. 1260.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2009). NIIF para las PYMES. United Kingdom.
- Edlund, J. (2000). Attitudes towards tax reform and progressive taxation: Sweden 1991–96. *Acta Sociologica*, 42(4), 337–355.
- Espinal-Rojas, L. (2013). Cómo elevar la rentabilidad de una empresa. *Interfases*, 1(6), 31. <https://doi.org/10.26439/interfases2013.n006.27>
- Floril, P. R. P. (2016). Evasión Tributaria vs Mecanismos implementados por la Administración Pública. *Retos*, 6(12), 181-198.
- Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación.
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., y Black, W. (2010). *Multivariate data analysis. A global perspective*. Pearson Education.

- Hashim, H., Ariff, A., y Amrah, M. (2016). Accounting irregularities and tax aggressiveness. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 24(1), 1-14.
- Hernández, R. (2011). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial: Propuesta para alcanzar una conciliación fiscal. *Revista De Ciencias Sociales*, 4(1). <https://doi.org/10.31876/racs.v4i1.25025>
- Johny, J. (2017). Profitability and Liquidity. Do they move together. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 2(1), 1518–1522. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd8279>
- Jugurnath, B., & Ramen, M. (2018). CT-Model: An Explanation of Corporate Tax Payers' Attitude. *The Journal of Developing Areas*, 52(3), 211-230.
- Kamila, P. (2014). Analisis hubungan agresivitas pelaporan keuangan dan agresivitas pajak. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 16(2).
- Kastlunger, B., Lozza, E., Kirchler, E., y Schabmann, A. (2013). Powerful authorities and trusting citizens: The Slippery Slope Framework and tax compliance in Italy. *Journal of Economic Psychology*, 34, 36-45.
- Kline, R. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling*. (4th ed.). Guilford.
- Korotkova, T. (2016). Concept of the capital profitability improvement project based on the dupont's model. GISAP: Economics, Jurisprudence and Management, volumen 1, No. 9. <https://doi.org/10.18007/gisap:ejm.v0i9.1323>
- Langham, J., Paulsen, N., y Hartel, C. (2012). Improving tax compliance strategies: Can the theory of planned behaviour predict business compliance. *eJTR*, volumen 10, p. 364.
- Medvedev, D., y Oviedo, A. (2015). Informality and Profitability. *The Journal of Development Studies*, 52(3), 412–427. <https://doi.org/10.1080/00220388.2015.1046442>
- Mittone, L., y Saredi, V. (2016). Commitment to tax compliance: Timing effect on willingness to evade. *Journal of economic psychology*, 53, 99-117.
- Necula, S. (2017). Accounting decisions from the perspective of profitability. *Economic Annals-XXI*, 166(7–8), 72-75. <https://doi.org/10.21003/ea.v166-14>
- Ortiz, H. (2011). Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera (14th ed.). Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Ortiz, H., Cervantes, L., y Beltran, J. (2017). *Competitividad, Innovación y Rentabilidad de la Empresa*. Red Internacional de Investigadores en Competitividad Memoria del II Congreso.
- Pan, S. (2019). Analysts' Cash Flow Forecast Accuracy and Recommendation Profitability. *Journal of Accounting and Finance*, 19(5). <https://doi.org/10.33423/jaf.v19i5.2254>.
- Pérez, R., y Gimeno, M. (2013). Indicadores de rentabilidad del sector hotelero. *Revista Índice*, 10-14. <http://www.revistaindice.com/numero56/p10.pdf>
- Pérez, M. C. G., & López, M. L. L. (2013). Análisis del impuesto a las transacciones financieras en América Latina. *Telos*, 15(1), 91-102.
- Ponsian, N., Chriapina, K., Tago, G., y Mkiibi, H. (2014). The Effect of

- Working Capital Management on Profitability. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, 2(6). <https://doi.org/10.11648/j.ijefm.20140206.17>
- Ratnaningrum, R. (2016). The Influence of Profitability and Income Tax on Income Smoothing Rankings. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 133–143. <https://doi.org/10.24198/jbm.v17i2.27>
- Roth, J., Scholz, J., y Witte, A. (1989). *Taxpayer compliance*. University of Pennsylvania Press.
- Salluca, N., y Correa, E. (2015), Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. *Revista de Investigación Valor Contable*, 2(1).
- Sapici, N., Kasipilai, J., y Eze, U. (2014), Determinants of tax compliance behaviour of corporate taxpayers in Malaysia. *EJournal of Tax Research*, 12(2), 3083.
- Schwarz-Diaz, M. (2018), Rentabilidad ética en la gestión de [negocios](https://lens.org/178-912-007-994-595). <https://lens.org/178-912-007-994-595>
- Stuart, H. (2015), Value Gaps and Profitability. *Strategy Science*, 1(1), 56-70. <https://doi.org/10.1287/stsc.2015.0008>
- Sumiati, E. (2018), Profitability Indicators of Business at the Policy of Fiscal Stimulus. ABLE-18, ICLHESS-18 & MLEIS-18. <https://doi.org/10.15242/dirpub.ea0118401>
- Sumino, T. (2016), Level or Concentration? A Cross-national Analysis of Public Attitudes Towards Taxation Policies. *Social Indicators Research*, 129(3), 1115–1134. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1169-1>
- Tan, L., y Braithwaite, V. (2018), Motivations for tax compliance: The case of small business taxpayers in New Zealand. *Australian Tax Forum*, 33(2), 221-247.
- Young-Kyu, L. (2015), The Effects of the Consciousness on the Tax Cynical Attitude and Tax Compliance Action. *Tax Accounting Research*, (46), 153-175. <https://doi.org/10.35349/tar.2015..46.008>
- Yousfani, K., Shah, N., y Kazi, H. (2019), Entrepreneurial Investor: Decision Making and Profitability. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 32-37.
- Zídková, H., Tepperová, J., y Helman, K. (2018), EVS data-based analysis of tax evasion: Descriptive vs. regression modelling. *Society and Economy*, 40(1), 89–103. <https://doi.org/10.1556/204.2018.40.1.6>