



Ecuador – Junio 2017 - ISSN: 1696-8352

## **EL IMPUESTO AMBIENTAL Y LA DEMANDA DE AUTOS USADOS EN LA CIUDAD DE AMBATO**

**Álvaro Hernán Vayas López**

Economista

Magíster en Administración Financiera y Comercio Internacional

Docente de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato

e-mail: ah.vayas@uta.edu.ec

**Julio César Villa Muñoz**

Economista

Magíster en Ciencias Económicas

Docente de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato

e-mail: jc.villa@uta.edu.ec

**María Paulina Cabay Cepeda**

Economista

Magíster en Tributación y Derecho Empresarial

Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato

e-mail: paulina\_cabay@hotmail.com

**Rubén Mauricio Sánchez Sánchez**

Ingeniero Comercial

Magíster en Gestión Estratégica Empresarial

Docente de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato

e-mail: msanchez@uta.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Álvaro Hernán Vayas López, Julio César Villa Muñoz, María Paulina Cabay Cepeda y Rubén Mauricio Sánchez Sánchez (2017): "El impuesto ambiental y la demanda de autos usados en la ciudad de Ambato", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (junio 2017). En línea:  
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/impuesto-autos-ambato.html>

## RESUMEN

A través de la presente investigación se hace un análisis del impuesto ambiental y su efecto con el mercado de autos usados en la ciudad de Ambato, por lo cual se determinó en primera instancia el conocimiento de los compradores de vehículos usados en lo que tiene que ver con la metodología de aplicación del impuesto ambiental para posterior realizar una evaluación de los montos y volúmenes de ventas, para poder así determinar si la puesta en vigencia de la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado afectó a la demanda de este tipo de vehículos, buscando además que los resultados sean la base de nuevas investigaciones, ayudando así al área académica y empresarial para la toma de decisiones en cuanto a posibles reajustes a la medida. Además este impuesto ambiental es aplicado de manera desproporcionada, sin considerar que las personas con pocos recursos, tienen vehículos antiguos, o al menos no tan nuevos y que muchos son vehículos de cilindraje relativamente alto

**PALABRAS CLAVE:** Impuesto ambiental - mercado automotriz - Declaración del Milenio - Ley de Fomento Ambiental - Optimización de los Ingresos del Estado. Código JEL: H23  
[https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digos\\_de\\_clasificaci%C3%B3n\\_JEL#H\\_Econom.C3.ADa\\_p.C3.BAblica](https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digos_de_clasificaci%C3%B3n_JEL#H_Econom.C3.ADa_p.C3.BAblica). Código JEL UNESO: 590208  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Clasificaci%C3%B3n\\_Unesco\\_de\\_6\\_d%C3%ADgitos/59\\_Ciencias\\_pol%C3%ADticas](https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Clasificaci%C3%B3n_Unesco_de_6_d%C3%ADgitos/59_Ciencias_pol%C3%ADticas)

## ABSTRACT

Through this research is an analysis of the environmental tax and its effect with the used car market in the city of Ambato, by which it was determined in the first instance the knowledge of buyers of used vehicles in what it has to do with the methodology for the application of environmental tax for later conduct an assessment of the amounts and sales volumes, in order to determine whether the entry into force of the Law to Promote Environmental and optimization of the revenues of the State affected the demand for this type of vehicle, seeking in addition that the results are the basis of new research, thus helping the academic and

business area for the Decision-making in regard to possible adjustments to the measure. In addition to this environmental tax is applied disproportionately, without considering that people with few resources, have old vehicles, or at least not so new and that many are relatively high cilindraje vehicles

**Key Words:** Environmental Tax - automotive market - the Millennium Declaration - Environmental Law - Optimization of the Income of the State.

## 1. INTRODUCCIÓN

América Latina ha evolucionado su estado actual institucional, para suplantar impuestos tradicionales por diferentes cuyo costo social sea menor, con esto están buscando consolidar sus regímenes fiscales. En este sentido, el estudio mostrado recalca nuevamente las ventajas que pueden ofrecer los impuestos ambientales como opciones para propagar la base impositiva mediante tributos que involucren menor costo social y ayuden, al mismo tiempo, a instituir estímulos hacia el mejoramiento de la calidad ambiental de los países. Asimismo, el requerimiento de imparcialidad pone empeño en los objetivos recaudatorios de los impuestos ambientales, lo cual refuta su objetivo principal, la efectividad ambiental, que más bien apunta hacia la caída de la recaudación a medida que se desgasta la base imponible del impuesto. *“A esto se añade el hecho de que la introducción de impuestos ambientales puede solicitar mayor gasto público, para remediar los efectos sociales nocivos, por ejemplo, y, en tal caso, la neutralidad sería una condición excesivamente restrictiva”*. (Roca, 1998)

Ciertamente los métodos de reforma fiscal ambiental han mantenido vías diversas, se ha conseguido alcanzar ciertas variantes que igualmente pueden ser aplicadas en el asunto de la introducción de un impuesto ambiental puntual. Como se señaló anteriormente, una de las claves para llevar a cabo una reforma fiscal ambiental exitosa, sobre todo para los países en desarrollo, es *“la existencia de la adecuada capacidad administrativa para la implementación y el seguimiento y control del cumplimiento de la normativa ambiental, así como la disposición de las autoridades ambientales a trabajar en equipo con las fiscales”*. (Acquatella, 2005)

Esto requeriría en principio la recolección de información pertinente que permita el diseño, el monitoreo y la elaboración de indicadores que permitan conocer las interacciones entre el medio ambiente y la economía.

En Montecristi se elaboró la constitución del Ecuador, pensando en un compromiso con el planeta y se añadió como sujeto de derecho a la madre naturaleza.

En marzo del año 2009 se realizó en Turquía el quinto Foro Mundial del Agua, se inscribió el Pacto de Estambul sobre el Agua, se dispuso exigir que todos los países del planeta efectúen su compromiso asumido con los objetivos del Desarrollo del Milenio, considerando la carencia de agua en el planeta que cada vez es más preocupante, sobre todo como resultado de la disminución de los glaciares por el calentamiento global.

La Constitución ecuatoriana dispone que los egresos permanentes en educación, salud y justicia social tienen que ser cubiertos con los ingresos permanentes, así mismo establece que uno de los objetivos de la política económica es promover un consumo social y ambientalmente responsable.

También algo esencial es la introducción progresiva de este impuesto ambiental, pues no se debe desconocer que los cambios de conducta tomarán un lapso de tiempo, que puede ser mayor o menor, dependiendo de las estructuras de los mercados (disposición de sustitutos más amigables con el medio ambiente, calidad de dichos sustitutos, etc.) y de otros factores más subjetivos como la asimilación de las consecuencias de cierto tipo de conducta o la conciencia de escasez de un recurso.

Los impuestos verdes, contiene la modificación a los Consumos Especiales para vehículos híbridos, un impuesto ambiental a las botellas plásticas no retornables, un incremento a los cigarrillos y a las bebidas alcohólicas; y, un aumento al impuesto a la renta presuntivo del 2% al sector bananero.

Es por eso que ya desde el año 2012 se viene implementando dicho impuesto aplicándose a la botellas plásticas y a los vehículos del año 2008 o menos, de una forma progresiva que en sus primeros tres años de aplicación se pagarían el 20% de su total, luego el cuarto y quinto año el 50% para finalmente desde el sexto año en adelante se aplicaría el 100% del valor. Por otro lado los vehículos que son superiores al 2009 se les aplicó el 100% del monto por impuesto.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Los impuestos verdes en el Ecuador son analizados sobre la conveniencia y el cobro de los impuestos ambientales por parte del Servicio de rentas internas (SRI) donde trata de

identificar la importancia de los impuestos verdes, en base a un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, así como los riesgos y oportunidades del comportamiento del sector productivo del país. También de determinar la incidencia tributaria acorde al tipo de impuesto aplicado al parque vehicular, consumos especiales, sector empresarial y liquidación al pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para salas de juegos y otros. Establecer los aspectos tributarios que el Servicio de Rentas Internas aplicó en el reglamento tributario donde se determinan los costos para el cálculo de la base imponible para este tributo. (Farfán , 2014)

Describir las estimaciones que evidencian que el Ecuador muestra, que la contaminación guarda una estrecha relación con la generación de la renta. Este trabajo solo se enfocó en la viabilidad y la forma de cobro por parte del SRI dejando a un lado al mercado automotriz el cual será analizado en el presente trabajo.

Uno de los problemas que afecta hoy en día a la economía, y al mundo en general es el agotamiento de los recursos naturales y la contaminación ambiental, explica que esto ha ocurrido por la sobreexplotación y abuso de los recursos naturales no renovables, el problema empieza porque estos recursos son de libre acceso, no hay restricción ni regulación, por eso se les llama bienes públicos o bienes comunes, por el mismo motivo como son de libre acceso y no hay regulación su uso es exagerado. (Salazar, 2002)

En un análisis del impuesto ambiental a la contaminación vehicular y la factibilidad de un nuevo mecanismo para su imposición se habla sobre la incorporación de los impuestos ambientales en un sistema tributario que debe examinar varios parámetros para su efectiva aplicación. Basados en la conceptualización, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE y definiendo a los impuestos ambientales como: Un impuesto ambiental es aquel cuya base imponible es una unidad física (o proxy de ella) que ha supuesto un impacto negativo específico sobre el medio ambiente, es decir que el impuesto verde debe crearse para reparar el daño causado y su recaudación debería invertirse en el mismo campo ambiental. (Guerra, 2012)

Así también se afirma que el medio ambiente es un sistema integral compuesto por elementos naturales y artificiales de naturaleza física, química o biológica, socioculturales y sus interacciones, en permanentes modificación por la acción humana o natural y que rige y condiciona la existencia y desarrollo de la vida en sus múltiples manifestaciones. (Zaror, 2002)

### 3. METODOLOGÍA

El estudio será cuanti cualitativo ya que se enfocará a la medición de cómo afecta el impuesto ambiental en el mercado automotriz, para así hacer un análisis de las alternativas que tendría el Gobierno para mejorar el mercado automotriz y contribuir con el medio ambiente.

Se utilizará un enfoque cuanti cualitativo, para analizar los efectos del impuesto ambiental y su incidencia en el mercado automotriz, por lo tanto será necesario profundizar en un ámbito de aproximación social que queda reducido a fenómenos observables y susceptibles de medición, análisis estadístico y control experimental.

Del mismo modo se enfocará en las descripciones minuciosas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables según su punto de vista con la problemática del impuesto, incorporando lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos.

### 4. RESULTADOS

#### Pregunta N°. 1 ¿Cuántos vehículos se vendieron en el año 2015?

Tabla 1: Venta de vehículos

UNIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100-300	71	88.75
301-500	6	7.5
500-1000	3	3.75
más de 1000	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta



**Grafico 1: Venta de vehículos**

*Fuente: Tabla 1*

Eligiendo como criterio de categoría el número de patios de venta de autos, se puede definir que el 88.75% dice que su margen de venta de vehículos se encuentra entre el rango 100 a 300, por otro lado un 7.5 % declaró que vende entre 301 a 500 y finalmente solo un 3.75 alcanza más de 500 unidades vendidas. Se puede evidenciar que el mayor porcentaje de patios tienen un rango de venta de menos de 300 vehículos.

## **Pregunta N°. 2 ¿Cuál es el segmento de vehículos más vendido?**

**Tabla 2: Segmento más vendido**

SEGMENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUTOS	36	45
CAMIONETAS	24	30
SUV'S	9	11.25
TODO TERRENO	11	13.75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 2: Segmento más vendido**

*Fuente: Tabla 2*

El segmento más vendido son los autos con un 45 % seguido por las camionetas con un 30% , luego vienen los todoterreno con un 13.75% y finalmente las suv's con un 11.25%, es así que los autos son el segmento más vendido debido a su menor precio, en relación con los demás segmentos.

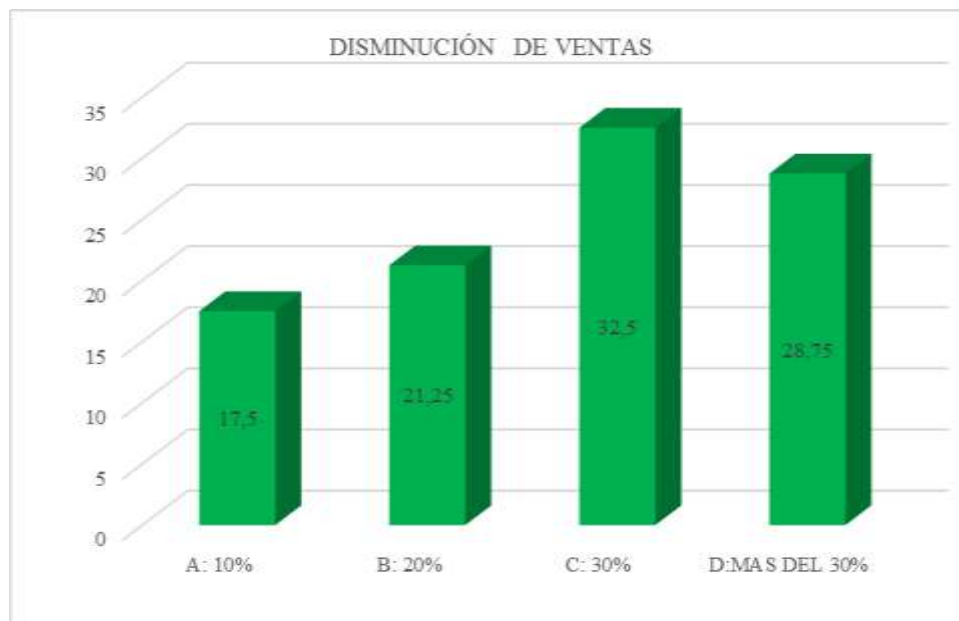
**Pregunta N° 3: ¿En qué porcentaje ha disminuido las ventas 2016, comparado con años anteriores?**

**Tabla 3: Disminución de ventas**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10%	14	17.5
20%	17	21.25
30%	26	32.5
MAS DEL 30%	23	28.75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*





**Grafico 3: Disminución de ventas**

*Fuente: Tabla 3*

El 32.5% de las ventas tuvieron una baja del 30% seguido por 28.75% que sostienen que bajaron en más de un 30%, también el 21.25 declaró que han disminuido en un 20% y finalmente un 17.5% dice que bajaron en un 10%.

Se puede apreciar que las ventas bajaron en un 30% para la mayoría de patios de autos sean usados o nuevos, esto se debe a varias razones como el impuesto ambiental, altos precios de los automotores, y la crisis que ha afectado al país.

#### **Pregunta N° 4: ¿De qué forma adquieren los vehículos?**

**Tabla 4: Forma de pago**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONTADO	30	37.5
VEHÍCULO POR PARTE DE PAGO	20	25
EN PLAZOS	26	32.5
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 4: Forma de pago**

*Fuente: Tabla 4*

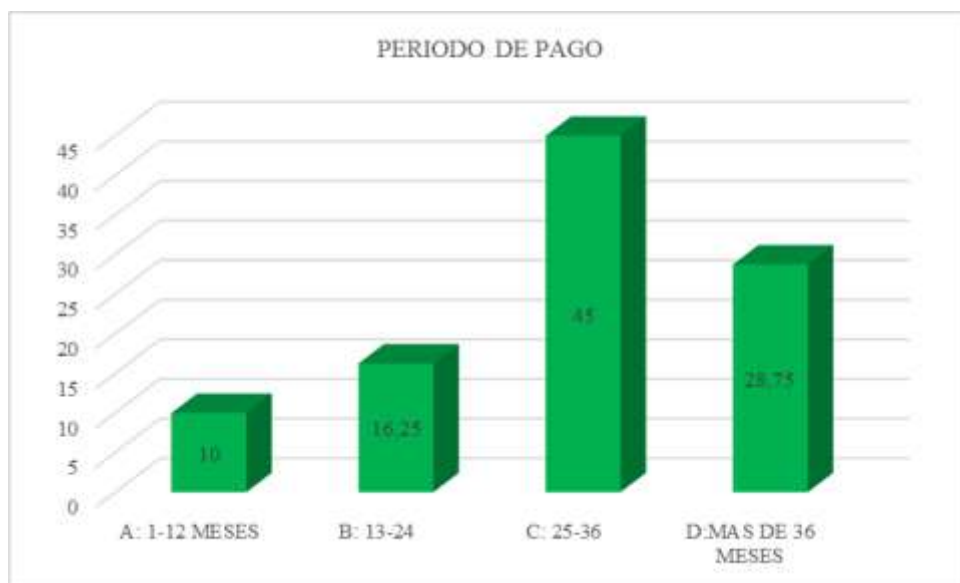
El 37.5 % de compradores de vehículo lo hacen de contado, mientras un 32.5 % a plazos y finalmente un 25% deja su auto anterior por parte de pago. La mayoría de personas que compra autos lo hacen en efectivo esto se da por que las personas ahorran hasta poder llegar al monto del vehículo y poder comprarlo.

**Pregunta N° 5: ¿Cuál es el periodo de pago más escogido por los clientes?**

**Tabla 5: Periodo de pago**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-12 MESES	8	10
13-24	13	16.25
25-36	36	45
MAS DE 36 MESES	23	28.75
TOTAL	80	100

*Fuente: Tabla 5*



**Grafico 5: Periodo de pago**

*Fuente: Tabla 5*

El 45% de las persona adquieren su vehículo en un periodo de 25 a 36 meses, mientras que un 28.75 % adquieren para más de 36 meses, un 16.25 % en un periodo de 13 a 24 y finalmente un 10% lo financian para 12 meses. La mayoría de personas al momento de adquirir su vehículo difieren sus cuotas hasta 3 años esto puede deberse a que la mayoría de patios tienen un crédito máximo de hasta 36 meses, mientras tanto los patios que tiene un periodo de pago más amplio los clientes difieren para más de 36 meses .

#### **Pregunta N° 6: ¿Conoce sobre el impuesto ambiental?**

**Tabla 6: Conocimiento del impuesto**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>NADA</b>	6	7.5
<b>MUY POCO</b>	35	43.75
<b>MEDIANAMENTE</b>	28	35
<b>TOTALMENTE</b>	11	13.75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 6: Conocimiento del impuesto ambiental**

*Fuente: Tabla 6*

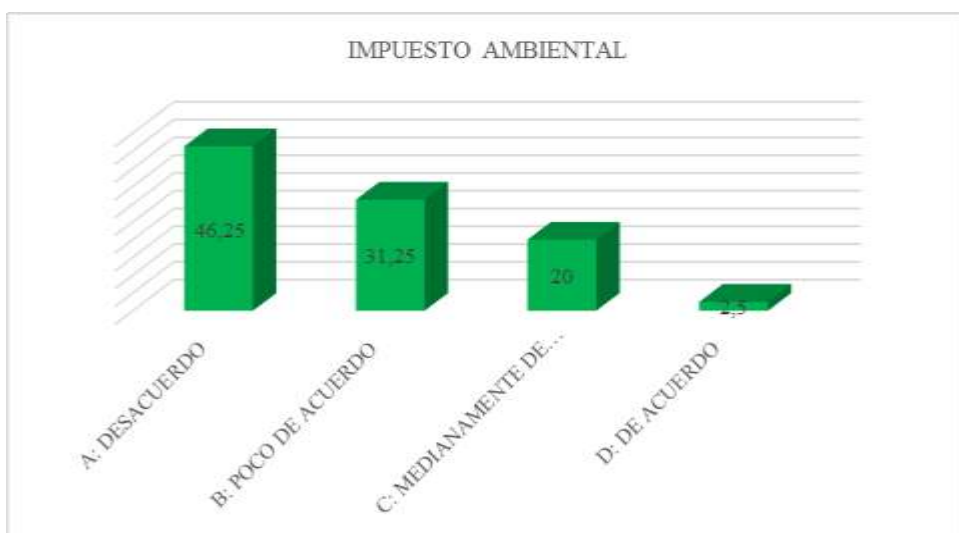
El 43% sabe muy poco sobre el impuesto ambiental, seguido por un 35% que está informado medianamente, un 13.75 % sabe totalmente la aplicación del impuesto y finalmente un 7.5 % no sabe del impuesto. La mayoría de empleados de los patios saben poco o medianamente sobre el impuesto ambiental y solo un 13.75 % realmente sabe cómo se aplica este impuesto.

#### **Pregunta N° 7: ¿Está de acuerdo con el impuesto Ambiental?**

**Tabla 7: Aceptación del Impuesto Ambiental**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>DESACUERDO</b>	37	46.25
<b>POCO DE ACUERDO</b>	25	31.25
<b>MEDIANAMENTE DE ACUERDO</b>	16	20
<b>DE ACUERDO</b>	2	2.5
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 7: Aceptación del Impuesto Ambiental**

Fuente: Tabla 7

El 46.25 % está en desacuerdo con el impuesto ambiental, seguido por un 31.25 % que está poco de acuerdo, un 20% está medianamente de acuerdo y finalmente solo un 2.5% está de acuerdo con dicho impuesto. La mayoría de los administradores de los patios de autos están en desacuerdo con el impuesto ambiental, esto se debe que el impuesto afectó de cierta manera a las ventas de ciertos segmentos de vehículos.

**Pregunta N°8: ¿Cómo categoriza el método de aplicación del impuesto ambiental?**

**Tabla 8: Aplicación del impuesto**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>A: MALA</b>	37	46.25
<b>B: REGULAR</b>	25	31.25
<b>C: BUENA</b>	16	20
<b>D: MUY BUENA</b>	2	2.5
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta



**Grafico 8: Aplicación del impuesto**

*Fuente: Tabla 8*

El 52.5 % califica a la aplicación del impuesto como mala, un 33.75 % como regular, un 11.25 % como buena y finalmente un 2.5 % como muy buena. La mayoría de encuestados consideran que el método de aplicación del impuesto es regular y mala.

**Pregunta N° 9: ¿Qué segmento de vehículos ha sido el más afectado por el impuesto?**

**Tabla 9: Segmento más afectado**

SEGMENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUTOS	0	0
CAMIONETAS	18	22.5
SUV'S	6	7.5
TODO TERRENO	56	70
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 9: Segmento más afectado**

*Fuente: Tabla 9*

El 70 % dice que los todoterreno son los más afectados por el impuesto, un 22.5 % las camionetas y tan solo un 7.5 % opina que son las suv's. El segmento más afectado por el impuesto fueron los todoterreno debido a su alto cilindraje.

**Pregunta N° 10: ¿Usted piensa que se ha mejorado los combustibles del país?**

**Tabla 10: Mejora de combustible**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	53	66.25
MEJORÓ UN POCO	18	22.5
MEJORÓ MUCHO	9	11.25
TOTAL	80	100

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 10: Mejora del combustible**

*Fuente: Tabla 10*

El 66.25 % opina que los combustibles no han mejorado en nada, mientras un 22.5% dice que mejoró poco y finalmente un 11.25% dijo que mejoró mucho.

**Pregunta N° 11: ¿Los clientes están informados del valor a pagar por el impuesto ambiental?**

**Tabla 11: Información de valor del impuesto**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESINFORMADOS	28	35
POCO INFORMADOS	29	36.25
MEDIANAMENTE INFORMADOS	18	22.5
MUY INFORMADOS	5	6.25
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*





**Grafico 11: Información del valor del impuesto**

*Fuente: Tabla 11*

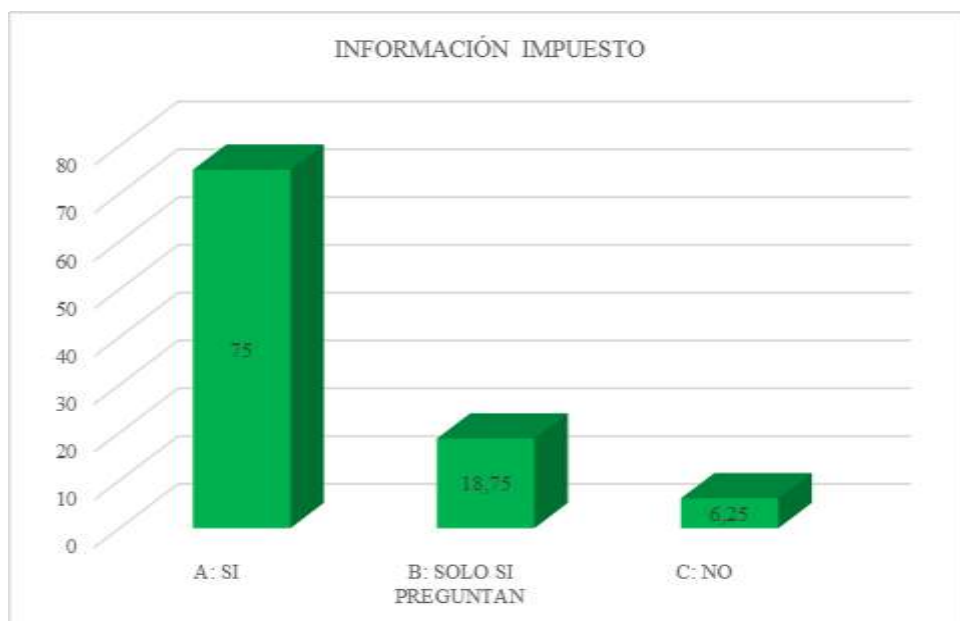
El 36.25% de los compradores están poco informados sobre el valor del impuesto, un 35 % está desinformado, un 22.5 % está medianamente informado y apenas un 6.25 % está muy informado del valor. La mayoría de los clientes están poco informados o desinformados de los valores a pagar por el impuesto ambiental, eso se debe a la poca difusión de los medios de comunicación y al poco interés de las personas por informarse.

**Pregunta N° 12: ¿El momento de vender vehículos de alto cilindraje les informa sobre el impuesto ambiental?**

**Tabla 12: Información del impuesto a clientes**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	60	75
<b>SOLO SI PREGUNTAN</b>	15	18.75
<b>NO</b>	5	6.25
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 12: Información impuesto a clientes**

*Fuente: Tabla 12*

El 75% de los vendedores informan al cliente sobre el impuesto ambiental, mientras un 18.75 % les informan solo si preguntan y finalmente un 6.25 % dice que no lo hace. La mayoría de vendedores de los patios de autos informan al cliente sobre los valores de impuesto ambiental cuando están por adquirir un vehículo de alto cilindraje.

**Pregunta N° 13: ¿A cuál de las marcas cree usted que afectó más éste impuesto?**

**Tabla 13: Marca más afectada**

MARCAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CHEVROLET	20	25
TOYOTA	2	2.5
FORD	47	58.75
TODAS	11	13.75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Gráfico 13** Marca más afectada

Fuente: Tabla 13

El 58.75% dijo que la marca más afectada por el impuesto fue Ford, mientras un 25 % opina que es Chevrolet, un 13.75 % opina que todas son afectadas y un 2.5% dijo que Toyota. La marca más afectada por el impuesto fue Ford, ya que en su mayoría de gama cuenta con vehículos de alto cilindraje.

#### Pregunta N° 14: ¿Usted piensa que se debe seguir con este impuesto?

**Tabla 14:** Seguir con el impuesto

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	3	3.75
<b>SI PERO MODIFICADO</b>	52	65
<b>NO</b>	25	31.25
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta



**Grafico 14: Seguir con el impuesto**

*Fuente: Tabla 14*

El 65 % opina que si debe seguir el impuesto pero aplicado de mejor manera, mientras un 31.75% opina que no debería seguir siendo aplicado y finalmente un 3.25 % dice que si se debe seguir. Se debería seguir con el impuesto pero modificado por que en algunos casos el valor a pagar es demasiado alto.

#### **Pregunta N° 15: ¿Qué alternativa sería buena para modificar el impuesto?**

**Tabla 15: Alternativa impuesto**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEGUIR CON EL MISMO MÉTODO	5	6.25
DISMINUIR LOS VALORES DEL IMPUESTO	18	22.5
PONER UN VALOR DE IMPUESTO SEGÚN LA CONTAMINACIÓN DEL VEHÍCULO	57	71.25
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 15: Alternativa impuesto**

*Fuente: Tabla 15*

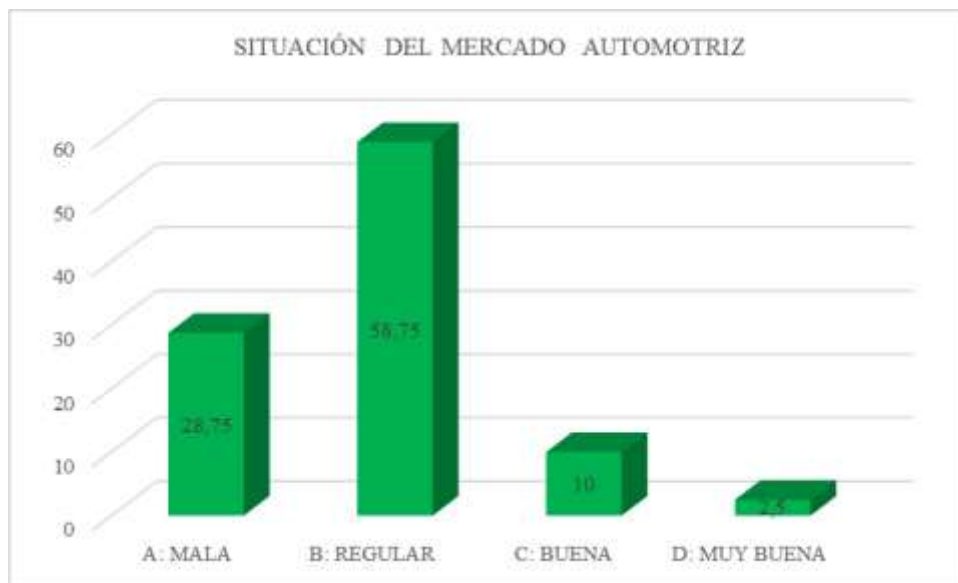
El 71.25 % opina que se debe poner un valor de impuesto según la contaminación del vehículo, un 22.5 % dice que se debe disminuir los valores y finalmente un 6.25% sostiene que se debe seguir con el mismo método. Se debería poner un valor de impuesto según la contaminación del vehículo y no solo por su cilindraje ya que este no es el único que determina la contaminación de un vehículo.

**Pregunta N° 16: ¿Cuál es la situación actual del mercado automotriz?**

**Tabla 16 Situación mercado automotriz**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>MALA</b>	23	28.75
<b>REGULAR</b>	47	58.75
<b>BUENA</b>	8	10
<b>MUY BUENA</b>	2	2.5
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta*



**Grafico 16 Situación del mercado automotriz**

*Fuente: Tabla 16*

El 41.25 % dice que la situación del mercado automotriz es regular, mientras un 38.75 % dijo que es mala, un 18.25 % opinó que es buena y apenas un 1.25 % dijo ser muy buena. La mayoría de los encuestados manifiestan que la situación del mercado automotriz es regular y mala.

## 5. CONCLUSIONES

Más del 78% de concesionarias están en desacuerdo con el impuesto ambiental debido a que los valores son muy altos y no se cumplen con el objetivo por el cual fue creado, además un 86 % de las encuestas dice que el método de aplicación del impuesto es malo o regular por este motivo podemos analizar que este impuesto tiene rechazo por la mayor parte de los encuestados. Se ha dado una disminución en más del 30% de las ventas, comparado con años anteriores y un 58% dice que la situación actual del mercado automotriz es regular debido a otros factores.

El 65% de los encuestados están de acuerdo a seguir con el impuesto pero de una forma modificada y mejor aplicada, también se observó que el 71 % de los encuestados sugieren implantar una forma de cálculo del valor del impuesto dependiendo de la contaminación del vehículo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acquatella, Jean (2005). *El papel conjunto de las autoridades fiscales y ambientales en la gestión ambiental de los países de América Latina y el Caribe*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de Política fiscal y medio ambiente. Bases para una agenda común: [www.eclac.org/publicaciones/xml/4/23634/Libro85Cepal.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/23634/Libro85Cepal.pdf)
- García, Pedro (2005). *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física deporte y salud*. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Guerra, Mariuxi; Nieves, Mariuxi (05 de 2012). *ESPOL.EDU.EC*. Obtenido de ESPOL.EDU.EC:  
[http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/Planes\\_De\\_Negocio/2013/analisisdelimpuestoambientalalacontaminacionvehicularylafactibilidaddeunnuevomecanismo parasuimposicion.pdf](http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/Planes_De_Negocio/2013/analisisdelimpuestoambientalalacontaminacionvehicularylafactibilidaddeunnuevomecanismo parasuimposicion.pdf)
- Hernández B., B. (2001). *Técnicas Estadísticas de Investigación Social* (1era. ed.). Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill, México 1997
- Musgrave. (1991). *Hacienda Pública Teórica y Aplicada*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.

- Oliva, Nicolás; Rivadeneira, Ana; Serrano, Alfredo; Martín, Sergio; Cadena, Vanessa (2011). *"Impuestos verdes: ¿una alternativa viable para el Ecuador?"* GUAYAQUIL: GUAYAQUIL.
- Pérez, N. (ABRIL de 2011). *Ecuador impuestos verdes*. Obtenido de ECUADOR IMPUESTOS VERDES: [http://www.fes-ecuador.org/media/pdf/FesIldis\\_impuestos%20verdes.pdf](http://www.fes-ecuador.org/media/pdf/FesIldis_impuestos%20verdes.pdf)
- Roca. (27 de junio de 1998). *Fiscalidad ambiental y 'reforma fiscal ecológica*. Bilbao: Cuadernos Bakeaz.
- Salazar, A. (2002). *Impuestos Ambientales*. Loja: UTPL.
- Thompson, I. (2006). *Promo negocios*. Recuperado el 11 de 2012, de Promo negocios: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion-1p.html>
- Villegas Mendivil, Waldo (2012). "Impuesto municipal a la contaminación vehicular IMCV, caso Santa Cruz de la Sierra". *Perspectivas*, Año 15 – Nº 29 – noviembre 2012. pp. 7-70. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.