



# **Universidad del Azuay**

**Departamento de Postgrados**

**Maestría en Comunicación y Marketing**

*Lotería Tributaria: una estrategia para fomentar  
la cultura tributaria en la ciudad de Cuenca*

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Máster en Comunicación y Marketing**

**Autor:**

**María Dolores Sigüenza González**

**Director:**

**Lcda. Cecilia Ugalde Sánchez, Mgst.**

**Cuenca, Ecuador**

**2013-2014**

*La gratitud y el aprecio más grande se los conserva en el corazón  
y se traducen a través de las acciones...*

*A Dios,  
papi, mami, ñaño,  
Sebas*

*Y a las personas que contribuyeron con su tiempo,  
de manera especial, Ceci por su apoyo y comprensión.*

*Gracias...*

## **Resumen**

En función al objetivo de índole recaudatorio que persiguen las Administraciones Tributarias y a las estrategias seleccionadas para dar cumplimiento a este propósito; ésta investigación contiene un análisis de la aplicación de una lotería fiscal en diez países de Latinoamérica y su impacto en el Ecuador desde el punto de vista publicitario, medido a través del número de participaciones y enfocándose en Cuenca, como referente para la selección de tácticas que implícitamente fomenten la cultura tributaria de los ciudadanos, generando un acatamiento voluntario de las obligaciones relacionadas con los tributos.

## **Palabras clave**

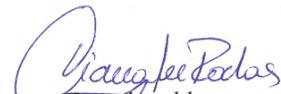
Lotería fiscal, cultura tributaria, Servicio de Rentas Internas, evasión, control tributario, comprobantes de venta.

## ABSTRACT

The objective of the Tributary System is to collect taxes through specific strategies. In order to fulfill this purpose the present research contains an analysis of the application of the fiscal lottery in ten Latin-American countries and its impact in Ecuador. The study is carried out from a publicity viewpoint, which is analyzed through the number of participations and is focused on the city of Cuenca as a referent for the selection of tactics that encourage the citizens' tributary culture. This generates the voluntary observance of the tributary obligations.

**Key words:** fiscal lottery, tributary culture, Internal Revenue Service, evasion, tributary control, receipts.



  
Translated by,  
Diana Lee Rodas

## Índice de Contenido

Agradecimiento.....	ii
Resumen y Palabras clave.....	iii
Abstract and Keywords.....	iv
Índice de Contenido.....	v
Índice de Figuras y tablas .....	vi
Índice de Anexos.....	vii
 <i>Introducción</i> .....	 8
 <i>Capítulo I</i>	
<b>1. Metodología .....</b>	<b>11</b>
 <i>Capítulo II</i>	
<b>2. Resultados.....</b>	<b>14</b>
2.1 Implementación de la Lotería desde el ámbito legal, demográfico, cultural y tecnológico en el Ecuador.....	15
2.2 Países de Latinoamérica con el sistema de Loterías Tributarias.....	19
2.2.1 Sistema de Sorteos en el Ecuador.....	27
2.3 Material utilizado en la difusión de la Lotería Tributaria.....	29
2.3.1 Imagen.....	29
2.3.2 Productos comunicacionales.....	32
2.4 Tácticas usadas en la ciudad de Cuenca para promocionar la Lotería Tributaria.....	34
2.5 Alternativas viables para incrementar el índice de recaudación de sobres en Cuenca.....	36
2.6 Propuesta de modificación de la Lotería Tributaria.....	39
 <i>Capítulo III</i>	
<b>3. Discusión.....</b>	<b>42</b>
 <i>Conclusiones</i> .....	 47
<i>Bibliografía</i> .....	50
<i>Anexos</i> .....	57

## Índice de Figuras y tablas

### **Cuadro N° 1**

Comparativo de los sistemas de loterías aplicados por las Administraciones Tributarias de América Latina.....	21
--	----

### **Figura 1.**

Imagen revitalizada del Servicio de Rentas Internas.....	30
--	----

### **Figura 2.**

Logotipo promocional de la Lotería Tributaria.....	30
--	----

### **Figura 3.**

Logotipo actual de la Lotería Tributaria.....	31
---	----

### **Figura 4.**

Logotipo de la Lotería Tributaria de la Administración Tributaria de Guatemala.....	32
--	----

## **Índice de Anexos**

### **Anexo 1**

#### *Normativa Legal*

1.1 Resolución de creación de la Lotería Tributaria.....	58
--	----

### **Anexo 2**

#### *Datos demográficos del Ecuador*

2.1 Población del Ecuador por rango de edad y segmentación de los contribuyentes...67	
2.2 Niveles de educación de la Población Económicamente Activa del Ecuador.....68	
2.3 Análisis de Estado Tributario - Personas naturales inscritas a partir del 2011....69	

### **Anexo 3**

#### *Publicidad empleada en las ediciones de la Lotería Tributaria*

2.1 Banner usado en primera edición de la Lotería Tributaria.....	70
2.2 Banner usado en la cuarta edición de la Lotería Tributaria.....	71
2.3 Afiche de ganadores cuarto sorteo.....	72
2.4 Banner utilizado en el quinto sorteo.....	73
2.5 Volantes con las bases del concurso distribuidos en el quinto sorteo.....	74
2.6 Volantes con las bases del concurso distribuidos en el sexto sorteo.....	75
2.7 Afiche promocional con las bases del séptimo sorteo de la Lotería Tributaria...76	
2.8 Banner promocional octavo sorteo de la Lotería Tributaria.....	77
2.9 Sobre promocional para receptor los comprobantes de venta.....	78
2.10 Link de interno para funcionarios aplicado en la octava edición.....	78

### **Anexo 3**

#### *Datos informativos y estadísticos de la Lotería Tributaria*

3.1 Cuadro de premios establecidos en las ediciones de la Lotería Tributaria.....	79
3.2 Detalle de las campañas, fechas, agencia y presupuesto.....	80
3.3 Estadísticas de recepción de sobres a nivel nacional.....	81
3.4 Estadísticas de recepción de sobres en la ciudad de Cuenca.....	82

### **Anexo 4**

#### *Recaudación de Impuestos*

4.1 Total Recaudación Efectiva 2000-2013.....	83
4.2 Recaudación Efectiva Enero-Diciembre 2013.....	84



## Introducción

Uno de los aspectos primordiales para el desarrollo eficiente y equilibrado de las naciones se atribuye a la eficacia de su política fiscal. El Ecuador, en materia tributaria ha atravesado un sin número de reformas, no sólo en el ámbito legal sino también institucional. Actualmente, la Administración Tributaria ecuatoriana, representada por el organismo regulador de los tributos, Servicio de Rentas Internas (SRI), ha fortalecido su imagen como una institución que goza de confianza y reconocimiento social, a pesar, de experimentar varios cambios desde su fecha de creación en diciembre del año 1997; en sus inicios fue percibida como un ente regulador, rígido y sancionador hasta convertirse en una institución de servicio a los contribuyentes, cuya finalidad es la de *“hacerle bien al país”*.

La visión del SRI, en sus enunciados menciona *“Hacer bien al país por cumplir a cabalidad la gestión tributaria, disminuyendo significativamente la evasión, elusión y fraude fiscal.”*, bajo este precepto, uno de los objetivos primordiales es el de la consolidación de la cultura tributaria con la finalidad de incrementar el cumplimiento voluntario de las obligaciones por parte de los contribuyentes, por lo cual, ha diseñado programas que influyan en el comportamiento de la ciudadanía, sin limitarse a capacitaciones teóricas y prácticas a cerca de los impuestos; sino también, trasmitiendo su imagen renovada de dinamismo, adoptó un modelo de sorteos denominado *“Lotería Tributaria”* con la finalidad de que los consumidores exijan comprobantes de venta en sus compras y se conviertan en agentes activos del proceso de control tributario.

Considerando que, los ecuatorianos en general son los partícipes principales para el éxito de la campaña, a través de su participación, solicitando la entrega de comprobantes de venta y depositándolos para el sorteo; la investigación realizada se orienta al análisis de la respuesta de los contribuyentes a participar en el sistema de sorteo propuesto, medido en función al número de sobres recolectados en cada edición de la Lotería Tributaria y a la vez, entendido como un factor indirecto, que en cierta forma, incide en el cumplimiento de la recaudación anual de impuestos.

Los índices de recaudación tributaria constituyen una de las principales preocupaciones de las Administraciones de Tributos, cuyo cumplimiento es de carácter económico para solventar las necesidades sociales del estado. En el caso del Ecuador, el SRI cuenta con jurisdicción nacional y se encuentra subdividido en Direcciones Regionales para facilitar el control y el cumplimiento de las obligaciones; cada Regional dispone de un cierto grado de autonomía para la aplicación de estrategias puntuales, uno de estos aspectos constituye la estrategia aplicada para que cada ciudad promueva la Lotería Tributaria enfocada a cubrir la meta de recaudación de sobres establecida por la Dirección Nacional y a su vez, se convierte en una oportunidad para fomentar la cultura impositiva, en el caso concreto, la investigación se aplica a la ciudad de Cuenca.

La investigación parte de un análisis de ciertos factores macros considerados en el entorno del marketing y aplicados directamente a la implementación del sorteo en el Ecuador; al ser un sistema adoptado se analizó el modelo utilizado en algunos países de América Latina, se recopiló el material usado para la difusión desde el lanzamiento de la campaña hasta la décima edición, considerando que, a nivel nacional se promociona con materiales estándar y que únicamente, las estrategias de difusión difieren entre las Regionales, por tal motivo, los datos estadísticos y archivos referentes a la Lotería Tributaria se conservan en la Dirección Nacional del Servicio de Rentas Internas, y al ser, una institución de carácter público ciertos datos no pueden ser expuestos, sin embargo, en función al conocimiento del Plan Estratégico Institucional 2013-2015, se han planteado nuevas propuestas que se pueden aplicar a futuros sorteos, teniendo en cuenta los cambios tecnológicos y los riesgos ya detectados por la Administración Tributaria, de tal manera, que se cumpla no solo con la meta de recaudación de sobres sino también, que se logre plasmar el verdadero objetivo, que es, fomentar la cultura impositiva en los contribuyentes.



## **Capítulo I**

### **Metodología**

En la elaboración de la investigación se utilizó el método deductivo, partiendo de un análisis individual de la metodología del sistema de lotería tributaria implantado en los países de América Latina, entre los cuales se encuentran Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela; a fin de diagnosticar la situación actual del modelo aplicado en el Ecuador y analizar los medios y tácticas adoptadas para la recaudación de sobros participantes en el sorteo.

El análisis de los datos de la investigación se efectuó de forma cronológica progresiva, a partir de la implementación de la Lotería Tributaria en el Ecuador en el año 2008 hasta el décimo sorteo efectuado en diciembre del año 2013, considerando que en ciertos países ya aplicaron este método con anterioridad, acorde a las disposiciones y mecanismos utilizados por cada Estado para el control de los tributos.

Las técnicas de investigación aplicadas se basaron tanto en la técnica documental como en la de campo. Se utilizó la técnica de investigación bibliográfica para establecer una base de utilidad para la profundización de los conocimientos y el desarrollo satisfactorio de la investigación. La fuente principal para la recopilación de la información fue los datos disponibles en la web como referente principal de los sistemas de sorteos empleados en las Administraciones Tributarias de América Latina, utilizando la información de los sitios oficiales, regulaciones legales y las publicaciones de prensa de cada país citado.

Considerando que, la Lotería Tributaria es un mecanismo utilizado por un organismo estatal, fue necesaria la revisión de la normativa legal, en específico de la Ley de Régimen Tributario Interno y las resoluciones publicadas con posterioridad, así también, como del

Manual Corporativo 2007 denominado Sistema de Imagen Institucional, de uso interno, para conocer el propósito y las disposiciones para su establecimiento y promoción.

Los datos estadísticos de los sobres participantes se obtuvieron del archivo histórico de la Administración Tributaria, de los índices comparativos de metas de recaudación y recaudación real de sobres a nivel nacional, recopilados posterior a la realización de las diferentes ediciones del sorteo en cada regional y condensados a nivel nacional.

Como técnica de campo, en primera instancia se mantuvo contacto con el Presidente Nacional de la Lotería Tributaria, con los miembros del Departamento de Comunicación, los delegados del Comité de Lotería Tributaria a nivel nacional, con la delegada de Comunicación y el Comité de Lotería de la Dirección Regional del Austro, con el objeto de conocer los principios de implantación del sistema, obtener la publicidad y las tácticas empleadas en la promoción del sorteo.

En el ámbito local, se utilizó la técnica de la observación con la finalidad de analizar las estrategias y tácticas empleadas en la Regional Austro para la recaudación de los sobres en la ciudad de Cuenca, recolectando el material publicitario, visitando los sitios de ubicación de las ánforas, documentando fotográficamente, participando activamente en el proceso de recolección a través del concurso interno para recaudar mayor cantidad de sobres hasta la participación presencial en la fecha del sorteo en la región.



## Capítulo II

### Resultados

#### 2.1 Implementación de la Lotería desde el ámbito legal, demográfico, cultural y tecnológico en el Ecuador

El Servicio de Rentas Internas creó la Lotería Tributaria como un mecanismo enfocado a mejorar la cultura tributaria de los ecuatorianos; según la publicación web del sitio Terra, el Economista Marx Carrasco, Ex Director Nacional, indicó que *“Con este plan confía en que se mejorará sustancialmente la cultura impositiva, que es la base de cualquier modelo de gestión tributaria”* (párr. 3).

La idea se adoptó del modelo de sorteo denominado “Tu Factura Premiada” desarrollado por el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera Tributaria SENIAT, de Venezuela en el año 2002; inicialmente, el principal objetivo se enfocó en impulsar la exigencia de comprobantes de venta en las transacciones comerciales, sin embargo, en el Ecuador, no se observaron a profundidad ciertas fuerzas relevantes del macro entorno para la implantación de nuevas estrategias institucionales, entre las que constan las fuerzas demográficas, tecnológicas, políticas y culturales (Kotler, 68); aunque, en el caso concreto, el aspecto fundamental, considerado para llevar a cabo el sorteo, fue el entorno legal.

La Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador se publicó en el Registro oficial N° 242 del 29 de diciembre de 2007, en la que se incluyen reformas sustanciales a la Ley de Régimen Tributario Interno y en su parte pertinente señala:

*“Art. 145.- El Art. 103 reemplácese por el siguiente:*

*(...)*

*Facultase al Director General del Servicio de Rentas Internas implantar los sistemas que considere adecuados para incentivar a los consumidores finales a exigir la entrega de facturas por los bienes que adquieran o los servicios que les sean prestados, mediante sorteos*

*o sistemas similares, para lo cual asignará los recursos necesarios, del presupuesto de la Administración Tributaria.”*

Según el brief propuesto para la implantación de la Lotería Tributaria se estableció un público objetivo multitarget, que debía llegar a la mayor cantidad de ecuatorianos, sobre todo hacia los consumidores finales, según las bases del concurso se considera a personas naturales que sean mayores de edad, que no tengan necesidad sustentar costos, gastos o crédito tributario, y a manera subjetiva se detectó que hasta un rango de 65 años, debido a que, las personas de la tercera edad tienen derecho a la devolución de IVA por sus consumos y el requisito para la solicitud es la presentación de los comprobantes de venta originales, por lo que, este público actualmente ya exige facturas; bajo este antecedente, las metas de recaudación de sobres de cada Regional se establecieron en función a las cifras demográficas publicadas por el INEC y se modifican año a año en base al crecimiento poblacional; para la ciudad de Cuenca se prevé alrededor de un 5% de sus habitantes, cuyo planteamiento es similar al de establecimiento de metas de recaudación de impuestos, con la diferencia que la base se debe a las rentas percibidas por el número de contribuyentes que pertenecen a determinada jurisdicción.

Los autores Kotler y Keller señalan que la cultura es un determinante fundamental en el comportamiento de las personas (174); sin embargo, no se consideraron aspectos culturales de relevancia a más de observar la favorable acogida de las personas por juegos de lotería impulsados por instituciones de beneficencia y el aprovechamiento de la percepción que tiene la ciudadanía del SRI, como un organismo transparente y honesto, comprometido con el desarrollo del Ecuador; según los resultados obtenidos de un proyecto realizado por la empresa de diseño Giotto a través de la aplicación de encuestas aleatorias en las principales ciudades del país.

Bajo la premisa que la implementación de la Lotería Tributaria al Régimen Ecuatoriano no tuvo un estudio de fondo, sino fue una adaptación del modelo venezolano y que en un inicio se publicitó con la idea de un cambio en el nivel de vida del ganador al recibir un premio económico, siendo éste, el mismo concepto utilizado por la Lotería Nacional; se

debe recalcar, que el primer sorteo de la Lotería Nacional, en sus inicios conocida como Lotería de Guayaquil, se efectuó en el año de 1894, aunque en el año 1836, el Presidente Vicente Rocafuerte creó la Lotería del Estado marcando un indicio de la existencia de loterías y juegos de azar en el Ecuador. Al año 2008, mismo año de implementación de la Lotería Tributaria, la Lotería Nacional vendía cinco millones de boletos semanales entre sus cuatro productos tradicionales, denotando la favorable acogida del público y sumado a ello la percepción de “tradicción de ayuda y credibilidad” a este sistema de sorteos, datos resultantes de una encuesta aplicada por Diario Expreso para conocer la percepción de La Lotería Nacional, sus fines y su alcance en noviembre de 2007.

La autora Carolina Roca define a la cultura tributaria como “*el conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, pero más importante aún, al conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación.*”; bajo este concepto, se puede establecer una relación directa de la cultura tributaria con el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que, un indicador referencial para medir este tipo de cultura en el Ecuador constituyen las brechas tributarias, entendidas como las diferencias de las obligaciones tributarias del contribuyente conforme a la Ley frente a la recaudación efectiva, las brechas específicas corresponden a la de inscripción, de presentación de las declaraciones, de veracidad y de pago. Adicionalmente, la cultura tributaria debe encaminarse a fortalecer principios y valores colectivos, implícitos que no se están considerando como la solidaridad, la equidad, la honestidad y responsabilidad social; por lo cual, el concepto de la Lotería Tributaria debe enfocarse a que tributar produce un bienestar general, para que el pago de impuestos sea entendido como un compromiso impuesto por voluntad propia, además que, desde un punto de vista psicológico el ejemplo es el mejor modelo de formación para los potenciales contribuyentes.

Actualmente, el Plan Nacional de Cultura Tributaria está formado por tres componentes: Educación Tributaria enfocada a los establecimientos educativos desde el nivel inicial, básico, medio y superior; Capacitación orientada a contribuyentes y potenciales contribuyentes y Difusión, componente que abarca a la estrategia de la Lotería Tributaria. Con

estas consideraciones, en función al análisis demográfico del Ecuador por rango de edad a diciembre de 2013 se puede segmentar a la población en dos grupos, el 45% de la población entre 0 y 24 años corresponde a los contribuyentes potenciales y el 55% de la población de 24 en adelante a los contribuyentes actuales, de los cuales, según el índice de la Población Económicamente Activa el 42% no tiene formación secundaria ni superior y un total del 78% no posee educación superior. Al confrontar el número de personas inscritas en el Registro Único de Contribuyentes a partir del año 2011, según el nivel de educación con la brecha de presentación de declaraciones, se obtuvo que el 60% que tiene educación universitaria tienen obligaciones pendientes al tercer mes y el 75% de los que no tienen educación universitaria tienen obligaciones pendientes al tercer mes, por lo que, en función a este indicador la estrategia de la Lotería Tributaria se podría segmentar a contribuyentes actuales que enfrentan al pago de impuestos con una actitud de rechazo y a los potenciales contribuyentes que se encuentran en una etapa de formación.

Desde una visión de la tecnología, el método elegido para el sorteo no requiere de mayor cobertura tecnológica, debido a que, la mecánica consiste en que, los participantes depositen en un sobre con sus datos, los originales de cinco comprobantes de venta elegibles, es decir, que cumplan con los requisitos pre impresos y de llenado que constan en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios, que cuenten con la autorización de impresión y que hayan sido emitidos dentro de las fechas consideradas para cada sorteo, los mismos que se deben depositar en las ánforas dispuestas por el SRI.

El único filtro tecnológico disponible para consultas del público de sus documentos y utilizado al momento del sorteo es el Sistema de Facturación, para la comprobación de la validez de los comprobantes contenidos en el sobre ganador; aunque, uno de los objetivos posteriores al de la recolección de sobres sea el de control y recaudación tributaria a través de la creación de una base de datos para gestión propia de la Administración; dicho enunciado fue corroborado por el Economista Carrasco, quien citó que a través de la exigencia de los documentos de sustento de las transacciones comerciales, los participantes se convierten en “*ciudadanos fedatarios*”, mencionó también que, “*(...) con los comprobantes recaudados se*

*realizó un intenso control con el fin de detectar irregularidades e infracciones en contra del Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención.” además enfatizó que “(...) resultado del análisis de los comprobantes el organismo ha aplicado sanciones contra los infractores.”* (Hoy, párr. 1, 2 y 3). De acuerdo, a lo establecido en Acta de sesión del Comité de Lotería Tributaria, de fecha junio de 2012, se determinó que los comprobantes de venta recolectados tanto en el sexto, séptimo y octavo sorteo sean distribuidos entre las Regionales para su validación e ingreso en medio magnético ejecutado por pasantes o colegios; en definitiva, las facturas, notas de venta o documentos complementarios participantes se convierten en una fuente de información del SRI.

En la actualidad, el sistema de sorteo implica la recolección de los comprobantes de venta físicos, sin embargo, el Servicio de Rentas Internas deberá considerar la aplicación obligatoria y paulatina dependiendo el tipo de contribuyente de la Facturación Electrónica a realizarse a partir de agosto de 2014 y tomar en consideración indicadores importantes como el crecimiento de usuarios de internet en el Ecuador, que al 2013 registró que de cada 100 personas 66 usan internet y en el caso de las visitas al portal web de la institución ascendieron a 31.752.858; adicionalmente, la penetración de la telefonía móvil fue del 111,20%; este indicio, genera la posibilidad de que el SRI aproveche la existencia de su página web institucional y su aplicación móvil para que pueden ser utilizadas como fuente de recolección de datos para realizar un sorteo electrónico; al igual que la presencia en redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube como un medio para publicitar a la Lotería Tributaria.

## **2.2 Países de Latinoamérica con el sistema de Loterías Tributarias**

En los países de América Latina, las Administraciones Tributarias se enfocan en la implantación de políticas fiscales orientadas a incrementar la recaudación y el cumplimiento voluntario del pago de tributos, para ello se utilizan diversas estrategias, no únicamente aplicadas a regulaciones legales referentes a la implantación de nuevos impuestos, sino también al uso de técnicas atractivas que incentiven la cultura tributaria de los ciudadanos, quienes constituyen la fuente principal para la obtención de ingresos tributarios. Según un Análisis de la evasión fiscal en el Impuesto a la Renta del Ecuador, en sus recomendaciones se

citó la creación de una lotería fiscal como medio de incentivo para el cumplimiento tributario. (Morales, 9)

Varios aspectos culturales son similares en los países de América Latina, guardando similitud por los niveles de formación y costumbres de la población, destacándose entre ellos la afición a los juegos de azar. Según un informe sobre tendencias en el consumo presentado por la Contraloría General de Panamá señaló que: *“Los panameños gastan mensualmente unos USD 145,1 millones en chances y billetes de lotería, (...)”*, así también mencionó *“En 2011 fueron vendidos USD 541,1 millones en billetes de lotería, lo que representa un promedio de USD 159 por persona.”* En el caso concreto del Ecuador se estableció una disposición legal para el cierre de los casinos y salas de juego hasta marzo de 2012, a pesar de ser una fuente importante de ingresos para el país; Alfredo Uquillas en su estudio denominado *“Diagnóstico y análisis del impacto de los casinos en el Ecuador”* indicó:

*“De acuerdo al Banco Central del Ecuador, dentro del rubro turismo se encuentra una de las actividades más lucrativas e importantes de la economía, lo constituyen los casinos de juegos, juegos de azar o las casas de apuestas, en el último año estas han venido creciendo sostenidamente, y generando nuevas inversiones en el sector, según la conformación del paquete accionario de las principales empresas del sector se aprecia que en mayor porcentaje es de capital local, lo que provoca que las utilidades no salgan del país, esta actividad económica tienen un alto impacto en la sociedad y el Estado, toda vez que constituyen un importante aporte al desarrollo económico y a la recaudación fiscal.”*

Dicha afición por las loterías, ha sido considerada por las Administraciones Tributarias, usando como estrategia común para combatir la evasión de impuestos y generar mayores sistemas de control tributario, según menciona Juan Pablo Jiménez en su estudio *Evasión y equidad en América Latina*, aplicado en siete países: Argentina, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México y Perú; en cual señala *“Mejoras en la administración tributaria habrían contribuido también a los incrementos de la recaudación. Como ya se mencionó se intensificaron los controles cruzados mediante las retenciones y percepciones, la lotería*

tributaria, entre otros.” (227); así, entre los países latinoamericanos representados por su organismo regulador, que paulatinamente, acorde a su legislación vigente y a los riesgos detectados en los contribuyentes, adoptaron este modelo se encuentran:

- Argentina, Administración Federal de Ingresos Públicos AFIP
- Brasil, Secretaría de Ingresos Federales de Brasil (RFB por sus siglas en portugués)
- Costa Rica, Dirección General de Tributación Ministerio de Hacienda DGT
- Ecuador, Servicio de Rentas Internas SRI
- El Salvador, Ministerio de Hacienda
- Guatemala, Superintendencia de Administración Tributaria
- México, Servicio de Administración Tributaria SAT
- Paraguay, Subsecretaría de Estado de Tributación SET
- Uruguay; Dirección General Impositiva
- Venezuela, Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera Tributaria SENIAT

#### **Cuadro N° 1**

#### **Comparativo de los sistemas de loterías aplicados por las Administraciones Tributarias de América Latina**

<b>País y Administración Tributaria</b>	<b>Denominación Aplicada</b>	<b>Detalles del sistema de sorteo</b>
<b>Argentina</b> Administración Federal de Ingresos Públicos AFIP	“IVA y Vuelta”	Según la Resolución General N° 2.583, emitida por la AFIP pueden participar todos los ciudadanos del país por un vehículo 0 kms., el requisito es contar con 12 comprobantes recibidos por consumos de productos o servicios, de los cuales, no pueden ser más de tres de un mismo emisor, de emisión máxima de 30 días atrás y que cumplan con los requisitos formales del Régimen de Facturación vigente.

<b>País y Administración Tributaria</b>	<b>Denominación Aplicada</b>	<b>Detalles del sistema de sorteo</b>
		<p>Para acceder a participar pueden utilizar los siguientes canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Página web de la AFIP, mediante Clave Fiscal.</li> <li>- Personalmente, en las sucursales y agencias del “Correo Argentino”.</li> <li>- En los Centros de Servicios AFIP habilitados a tal efecto.</li> </ul> <p>Fuente: AFIP</p>
<p><b>Brasil</b> Secretaría de Ingresos Federales de Brasil RFB</p>	<p>“Nota Fiscal Paulista”</p>	<p>A través de este programa el ganador tiene derecho a la devolución del 30% del Impuesto a la Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS) efectivamente cobrado por el establecimiento para sus consumidores.</p> <p>El consumidor deberá informar en cada compra su Catastro de Personas Físicas CPF y el Catastro Nacional de Persona Jurídica CNPJ, solicitar su factura, recibo de impuestos o factura en línea, de esta manera, el consumidor queda registrado para participar en el sorteo según el ICMS pagado por el establecimiento emisor.</p> <p>Fuente: Secretaría de Ingresos Federales de Brasil</p>
<p><b>Costa Rica</b> Dirección General de Tributación Ministerio de Hacienda DGT</p>	<p>“Puntos Solidarios”</p>	<p>En función a las Resoluciones DGT-016-2011, alcance N° 45 a la Gaceta n° 142 del 22 de julio del 2011 y DGT-R-038-2011 publicada en la Gaceta N° 236 del 8 de</p>

País y Administración Tributaria	Denominación Aplicada	Detalles del sistema de sorteo
		<p>diciembre del 2011, el sorteo “Puntos Solidarios” se diseñó para la participación de todas las personas físicas y jurídicas (tarjetahabientes) que realicen pagos en el territorio nacional, utilizando tarjetas de débito o crédito emitidas por empresas nacionales. Por cada tres mil colones que el tarjetahabiente pague con la tarjeta participante, el banco emisor asignará un punto solidario al tarjetahabiente, este punto se convierte en una acción para participar; a los pagos que se realicen por consumo de servicios profesionales o de salud se les asigna doble puntaje.</p> <p>Mensualmente, el banco emisor remitirá al Ministerio de Hacienda la información de los puntos solidarios asignados a cada uno de sus tarjetahabientes dando a conocer el código del banco, código de cuenta, cantidad de puntos acumulados y la fecha de envío del registro, dicha información se incorporará a una base de datos y a través de una aplicación informática se selecciona al azar a los ganadores.</p> <p>Para el sorteo se asignan 212 premios que ascienden hasta ¢30.000.000.</p> <p>Fuente: Dirección de Relaciones Tributarias Interinstitucional</p>

<b>País y Administración Tributaria</b>	<b>Denominación Aplicada</b>	<b>Detalles del sistema de sorteo</b>
<p><b>Ecuador</b> Servicio de Rentas Internas SRI</p>	<p>“Lotería Tributaria”</p>	<p>La Lotería Tributaria entrega tres premios, que consisten en dinero en efectivo, dos de ellos realizados a nivel nacional y un tercero que se subdivide en ocho sorteos realizados en las Direcciones Regionales.</p> <p>Los participantes deben depositar en las ánforas ubicadas para el efecto un sobre en el que se especifiquen los datos de identificación y contenga cinco comprobantes de venta válidos de conformidad con lo establecido en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios.</p> <p>Fuente: Servicio de Rentas Internas</p>
<p><b>El Salvador</b> Ministerio de Hacienda</p>	<p>“Te Toca”</p>	<p>Sistema de lotería fiscal implantado en el año 2001, dirigido a Centros Educativos y sus estudiantes, en el que se otorgaban como premios: computadoras para las instituciones y becas para los estudiantes que recolectaban la mayor cantidad de facturas.</p> <p>En el año 2003, se le conoce con el nombre de “Te toca”, entregando premios como vehículos, electrodomésticos y dinero en efectivo, para participar en la rifa los concursantes debían acumular facturas o tickets de compra, llenarlos con sus datos personales y depositarlos en los buzones ubicados a nivel</p>

<b>País y Administración Tributaria</b>	<b>Denominación Aplicada</b>	<b>Detalles del sistema de sorteo</b>
		<p>nacional.</p> <p>Fuente: Departamento de Asistencia Tributaria, Ministerio de Hacienda</p>
<p><b>Guatemala</b> Superintendencia de Administración Tributaria</p>	<p>“Lotería Tributaria”</p>	<p>Sistema de sorteos en el que los participantes tanto niños como adultos deben depositar en los buzones ubicados por el SAT, sus facturas originales, emitidas en el territorio nacional, las cuales, tienen que estar autorizadas por la SAT y cumplir con todos los requisitos de la Ley del IVA.</p> <p>Los premios que se rifan constituyen valores monetarios tanto para el participante como para el establecimiento emisor de la factura, en el caso de la participación de niños reciben bicicletas.</p> <p>Fuente: SAT</p>
<p><b>México</b> Servicio de Administración Tributaria SAT</p>	<p>“Boletazo”</p>	<p>Constituye una forma de sorteo al que se accede por los pagos efectuados con tarjeta de nómina, crédito y débito que se instituyó en el año 2003.</p> <p>Acorde a un monto específico de compra, los participantes tienen derecho a un boleto, el cual, el banco emisor de la tarjeta se encarga de reportar al SAT.</p> <p>Los premios a otorgarse son vehículos y otros, para retirar el premio, el ciudadano debe presentar la copia del boucher original que</p>

<b>País y Administración Tributaria</b>	<b>Denominación Aplicada</b>	<b>Detalles del sistema de sorteo</b>
		<p>certifique el pago.</p> <p>Fuente: Política Digital</p>
<p><b>Paraguay</b> Subsecretaría de Estado de Tributación SET</p>	<p>“Lotería Fiscal”</p>	<p>Sorteo fiscal que cuenta con la colaboración de las empresas de telefonía del país, consiste en una rifa de un premio en efectivo, al que, los ciudadanos pueden acceder enviando el número de su cédula de identidad, el número del timbrado y del comprobante de venta a través de un mensaje de texto a costo normal a un número creado para el efecto. Otra de las formas de participar es usando la página web de la SET completando los datos requeridos para el sorteo.</p> <p>Fuente: Subsecretaría de Estado de Tributación</p>
<p><b>Uruguay</b> Dirección General Impositiva</p>	<p>“La Comboleta”</p>	<p>Este sistema de sorteo tributario se instauró mediante decreto N° 215/990, en el año 1990, la mecánica del concurso consistía en la participación con una boleta de un determinado valor monetario o las que sean necesarias para sumar dicha cifra, depositándolas con los datos en las ánforas señaladas.</p> <p>En ediciones posteriores del sorteo se establecieron un número mínimo de boletas a incluirse en cada sobre, cada una debía ser superior a una cantidad específica y en conjunto sumar cierto monto de consumo, además, debía adicionarse una factura, boleta o ticket de</p>

<b>País y Administración Tributaria</b>	<b>Denominación Aplicada</b>	<b>Detalles del sistema de sorteo</b>
		<p>máquina registradora que sustente la compra de un bien o servicio efectuado mediante tarjeta de crédito, débito o empresarial.</p> <p>Fuente: Cámara Nacional de Comercios y Servicios del Uruguay</p>
<p><b>Venezuela</b></p> <p>Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera Tributaria SENIAT</p>	<p>“Tu Factura Premiada”</p>	<p>El SENIAT, en el año 2002, inicia “Tu Factura Premiada”, impulsando la exigencia de la entrega de comprobantes de venta, con un sorteo tributario rifando un gran premio monetario, bienes inmuebles, vehículos, electrodomésticos y mercados alimenticios.</p> <p>Los participantes deben introducir en un sobre blanco con sus datos tres comprobantes y depositarlos en las ánforas destinadas para la recolección de sobres.</p> <p>Fuente: Boletín SENIAT</p>

**Elaboración:** La autora

### 2.2.1 Sistema de Sorteos en el Ecuador

En cada país se han establecido bases diferentes del sistema de sorteo, las mismas, que se han implementado según la capacidad tecnológica del organismo regulador de tributos y se han adaptado en función a su normativa legal. En el Ecuador, el sistema se lanzó bajo el nombre de “Lotería Tributaria”, se implantó en el año 2008 y fue creada mediante Resolución No. NAC-DGER-2008-0570 del SRI, publicada en el Registro Oficial No. 346 de 27-05-2008. Dicha resolución se sustenta en el último inciso del Artículo 103 de la Ley de Régimen Tributario Interno, elevada a la categoría de Ley Orgánica por la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No.

242 de 29 de diciembre del 2007, en la que se faculta al Director General del Servicio de Rentas Internas a implantar los sistemas que considere adecuados para incentivar a los consumidores finales a exigir la entrega de facturas por los bienes que adquieran o los servicios que les sean prestados, mediante sorteos u otros similares.

El objetivo fundamental de la Lotería Tributaria es que los ciudadanos exijan la entrega de comprobantes de venta en sus transacciones, como mecanismos de control tributario; en tal sentido, dentro de las bases del concurso se estableció que en un sobre con sus datos (nombre del participante, número de cédula, dirección, teléfono y ciudad) se introduzcan 5 comprobantes de venta válidos según lo establecido en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios y se depositen en las ánforas que el SRI dispondría para el efecto.

Se han efectuado modificaciones a las bases establecidas en la resolución de creación de la Lotería Tributaria, una de ellas se publicó el 16 de octubre de 2009 mediante Resolución N° NAC-DGERCGC09-00703, posteriormente, con fecha 25 de agosto de 2011, se publicó la Resolución N° NAC-DGERCGC11-00313, con el objeto de aclarar la consideración de “comprobantes de venta elegibles” como mencionan las bases del sorteo, esto fue, previo al lanzamiento de la séptima edición de la Lotería Tributaria.

El primer sorteo se efectuó el 29 de junio de 2008 sin cumplir la expectativa deseada, únicamente, se recaudaron 63.017 sobres a nivel nacional; hasta el año 2010 se hacían dos sorteos por año (uno cada semestre), no obstante, en los años 2011 y 2012, las autoridades de la Administración decidieron que se realice un solo concurso. Esto, para que la ciudadanía se motive más, al poder participar con todos los comprobantes que reúna durante el año, y no exista confusión en los periodos de validez de las facturas que se incluirían en los sobres para el sorteo, lo cual, generó una respuesta positiva del público, al duplicarse los sobres depositados en el séptimo y octavo sorteo, incrementándose el 286% y el 267%, respectivamente, con respecto a la sexta edición; sin embargo, para el año 2013, para el noveno y décimo sorteo se aplicó nuevamente la táctica de elaborar dos sorteos por año. En cada sorteo se establecen metas para cada Regional, la efectividad de los resultados obtenidos

en la Lotería Tributaria, a nivel interno se mide en función de los sobres depositados por los ciudadanos.

Se designan dos fechas para el sorteo en cada edición de la Lotería Tributaria, debido a que, entre los premios establecidos constan dos a nivel nacional y un tercero a sortearse en cada regional, por lo que, los sobres tienen que trasladarse desde cada agencia a nivel provincial, donde se colocan las ánforas, hasta su Dirección Regional y al finalizar el sorteo del tercer premio, los sobres, nuevamente, deben ser trasladados a la sede del Servicio de Rentas Internas en la ciudad de Quito para la realización del sorteo del primer y segundo premio. A partir de la novena edición se dispuso que la realización del sorteo Nacional vaya rotando por diferentes ciudades del país.

## **2.3 Material utilizado en la difusión de la Lotería Tributaria**

### **2.3.1 Imagen**

A partir de su fecha de creación en el año 2008, la Lotería Tributaria cuenta con diez ediciones, sin embargo, ha mantenido la imagen utilizada desde el lanzamiento, en función a las políticas de unificación y estandarización de imagen corporativa, contenidas en el Manual Corporativo 2007 denominado Sistema de Imagen Institucional desarrollado a partir de un estudio realizado por la empresa de diseño Giotto en el año 2005, quienes en primera fase estudiaron el modelo de comunicación dirigido a contribuyentes y funcionarios, en segunda instancia utilizaron una auditoría de comunicación corporativa y basándose en el posicionamiento ya alcanzado por la institución crearon una propuesta para revitalizar el sistema de comunicación del SRI (11).

Con la vigencia del Manual de Imagen Institucional, en septiembre de 2007, se implementa al logotipo del SRI, el eslogan "... le hace bien al país", modificación ejecutada por la agencia ADGROUP, con el afán de plasmar las características institucionales en la marca actual del SRI (12), por lo cual, los mensajes publicitarios deben guardar

correspondencia con dicho eslogan. La imagen revitalizada del Sistema de Rentas se estableció según la imagen expuesta a continuación:

### Figura 1.

Imagen revitalizada del Servicio de Rentas Internas



Fuente: Manual de Imagen Coporativa SRI 2007

La cromática utilizada en el diseño del logotipo para la Lotería Tributaria responde al sistema de identidad creado con el objeto de mantener una unidad gráfica, sólida, única y coherente y transmitir un significado a través de los colores, dado por el azul, que representa la seriedad en el trabajo; el rojo, la lucha contra la corrupción; el blanco, la transparencia; el azul claro y el naranja aportan una sensación amigable y moderna a la imagen.

El logotipo promocional de la Lotería Tributaria fue el siguiente:

### Figura 2.

Logotipo promocional de la Lotería Tributaria



Fuente: uiovn.com

Para el cuarto sorteo de la Lotería Tributaria, se buscó una nueva agencia de publicidad y el logotipo inicial fue modificado con el objeto de otorgarle mayor realce al nombre, estableciéndose la siguiente propuesta:

**Figura 3.**

Logotipo actual de la Lotería Tributaria



Fuente: Departamento de comunicación SRI

No ha existido modificaciones posteriores al logotipo, a pesar, de que en séptimo sorteo el monto del premio fue mayor, por lo que, se buscó refrescar la imagen de la Lotería agregando colores y serpentinas en los materiales empleados.

Del análisis del sistema de loterías, se pudo detectar que Guatemala y Ecuador coinciden con la denominación del sorteo, sin embargo, los logotipos usados para la promoción no causan mayor confusión, destacando además que, la Superintendencia de Administración Tributaria, SAT, incluyó sus siglas en el logotipo promocional y utiliza el eslogan “con beneficio social”, como se expone a continuación:

**Figura 4.**

Logotipo de la Lotería Tributaria utilizado en Guatemala



Fuente: Superintendencia de Administración Tributaria, SAT, Guatemala.

**2.3.2 Productos comunicacionales**

Bajo el enfoque de los autores Wells, Moriarty y Burnett de que *“un objetivo es una meta a lograr, y en la publicidad están determinados por los efectos que se quieren lograr”* (181); el objetivo planteado para la creación de la Lotería Tributaria fue motivar a la ciudadanía para que exijan sus comprobantes de venta y que a más de contribuir con el país puedan ganar una cantidad monetaria. Intrínsecamente, se buscaba concientizar y lograr que los negocios se formalicen.

Centrándose, principalmente, en un objetivo motivacional, los canales utilizados para difundir el mensaje debían llegar a la mayor cantidad de personas, por lo que, la Unidad de Planificación de Medios (UPM) realizó estudios en varias ciudades para establecer los canales adecuados, seleccionando los siguientes:

- Spot televisivo
- Cuña radial
- Publicaciones en prensa
- Hojas volantes
- Pancartas en centros comerciales
- Banners en páginas web
- Ánforas y banners colocados en las agencias del SRI

Paulatinamente, se adicionaron otros canales, destacándose el uso de la comunicación interna para los funcionarios, correos electrónicos masivos para la ciudadanía y de las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube; y en la publicidad del año 2012 se incluyeron cuñas radiales en quichua.

En la campaña del año 2008, en el primer y segundo sorteo y en el año 2009 para la tercera edición, se buscó transmitir la idea de que el premio de la Lotería Tributaria podría cambiar la vida del ganador, la propuesta fue manejada por la agencia de publicidad MCV Publicidad Cía. Ltda. En el spot televisivo, cuñas y banners promocionales se utilizaba la imagen de personas que con el dinero ganado en el sorteo podían subir su nivel de vida, en cambio en los afiches y hojas volantes se describían las bases del concurso. La primera imagen usada para el lanzamiento oficial fue un hombre que soñaba en cumplir ciertos caprichos con la obtención del premio; a su vez, el eslogan, conceptualizado como una *frase corta que comunica información descriptiva y persuasiva de la marca* (Keller, 88), fue “ganas tú, gana la patria”, el mismo que se modificó conjuntamente con la nueva imagen, estableciéndose hasta la actualidad, con el lema “ganas tú, ganamos todos”.

A partir de la cuarta edición de la Lotería Tributaria y dado el incremento a nivel nacional del 264,59% de los sobres recolectados en el tercer sorteo con respecto al primero, se decidió que el mensaje a transmitirse fuera que a través de la exigencia de comprobantes de venta se obtienen recursos para el Estado para la inversión en educación, salud y otras obras sociales, aunque, adicionalmente, la finalidad institucional era mantener el crecimiento de los índices de recolección de sobres, además, el incremento mencionado permitía concluir que la mecánica del concurso estaba entendida por los ciudadanos por lo que, las campañas posteriores debían centrarse en la motivación, mas no en los requisitos para el sorteo.

Los materiales empleados para la difusión a lo largo de las diez ediciones realizadas no fueron modificados, sin embargo, se sujetaron a reediciones para el caso de datos informativos básicos como la fecha del sorteo, fecha del cierre del depósito de los sobres, así como, el rango de fechas de la validez de los comprobantes de venta que podían participar.

Bajo la concepción de la jurisdicción nacional del Servicio de Rentas, las campañas tienen cobertura para todo el país, por lo cual, los materiales publicitarios como las fechas programadas para el inicio de la campaña y realización del sorteo regional no están sujetas a modificaciones. Por lo general en el cronograma establecido, se ha dispuesto que, se realicen campañas publicitarias, únicamente, en el último mes previo al cierre de la recolección de sobres; aun así, deberían reforzarse los esfuerzos publicitarios, dejando ver claramente el objetivo que persigue la Lotería Tributaria, combatiendo en cierta forma el temor que pueden percibir ciertos ciudadanos al creer que el sistema de sorteo es para crear una vigilancia de sus actividades económicas, por otro lado, el material publicitario como los volantes, afiches y correos electrónicos debe ser más específico, debido a que el excesivo texto produce “pereza” en el lector.

Adicionalmente, al tratarse de una Institución Pública, tanto para el establecimiento de los premios de cada sorteo como para el presupuesto empleado en la publicidad de la Lotería Tributaria, se tuvo que ajustar a la asignación presupuestaria destinada para la institución; con estos antecedentes, se dieron modificaciones en los premios establecidos, así, en el lanzamiento se otorgó un primer premio de \$ 50.000,00, al segundo sorteo el premio fue de \$ 60.000,00, el mismo que se mantuvo en ediciones posteriores, a excepción del séptimo sorteo en el que todos los premios se incrementaron considerablemente y se confirió \$ 130.000,00 al primer premio.

#### **2.4 Tácticas usadas en la ciudad de Cuenca para promocionar la Lotería Tributaria**

Según las especificaciones del Departamento de Comunicación, a nivel nacional debía mantenerse y respetarse la línea comunicacional, en cuanto a materiales y disposiciones referentes a la fecha de inicio de la campaña de publicidad, dejando únicamente a discrecionalidad de cada Regional las tácticas empleadas para alcanzar la recaudación del número de sobres propuesto, en este proceso, el inconveniente detectado consistió en que, en las Direcciones Regionales, acorde al organigrama funcional, carecen de un Área de Comunicación; en el caso de la ciudad de Cuenca, esta labor se le asignó a la persona que ocupe el puesto de Asistente de Dirección, aunque, a partir del año 2011, se decidió conformar

un Comité Regional de Lotería Tributaria, seleccionando a un miembro de cada departamento de manera aleatoria.

“La estrategia dirige los pasos que se requieren para la implementación, que con frecuencia se llama táctica” (Mariotti, 23), según la conceptualización propuesta la táctica corresponde a los puntos de acción propiamente dichos, en tal virtud, la Regional Austro debía limitarse al cumplimiento de las políticas establecidas a nivel nacional y ajustarse a la asignación presupuestaria designada para desarrollar las tácticas para la recolección de sobres, en especial en la ciudad de Cuenca; entre las actividades desarrolladas a lo largo de todas las ediciones se destacan:

- Implementación de gigantografías, banners y ánforas en cada agencia de la Regional.
- Organización y coordinación de ruedas de prensa y entrevistas en distintos medios de comunicación local.
- Entrega de volantes en el Centro Histórico de la Ciudad y a contribuyentes que acuden a las oficinas del Servicio de Rentas.
- Colocación de afiches en Instituciones financieras.
- Colocación de afiches en Instituciones públicas.

Como parte de las actividades de impulso de la cultura tributaria, el Servicio de Rentas trabaja en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura en un programa denominado MEC, a través del cual, los funcionarios imparten clases de tributación a alumnos de los quintos cursos por un lapso de tres a cuatro meses; en el quinto sorteo de la Lotería Tributaria, se aprovechó esta coyuntura y se trabajó en conjunto con los estudiantes del programa MEC para que difundan la lotería tributaria entre sus familiares y compañeros de colegio, convirtiéndolos en partícipes activos para la recolección de sobres.

En las bases iniciales de la Lotería Tributaria se prohibía la participación de los funcionarios y empleados del Servicio de Rentas Interna, así como de sus cónyuges y parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad; con la modificación de las bases del sorteo, se prohibió la participación directa, únicamente, de los funcionarios y

empleados, por tanto, a partir de la sexta edición se propuso la realización de un concurso interno, para que los funcionarios motiven a sus familiares y amigos a participar en el sorteo.

Para la séptima edición, en la ciudad de Cuenca, se coordinó con la cadena de entretenimiento Multicines, con la finalidad de que, previo al rodaje de las películas se trasmita el spot publicitario de la lotería diseñando para televisión.

En la promoción del séptimo y octavo sorteo, la Dirección Nacional diseñó sobres para que los ciudadanos introduzcan en ellos sus comprobantes de venta; para su distribución se contrató a zanqueros y mimos, que asistían a puntos específicos de concentración pública como centros comerciales, parques y eventos deportivos; además, se coordinó la ubicación de ánforas en locales comerciales seleccionados y cooperativas.

Para la octava edición, se gestionó la impresión de una de las artes de la Lotería en el anverso de los comprobantes de pago del servicio básico emitidos por la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur.

## **2.5 Alternativas viables para incrementar el índice de recaudación de sobres en la ciudad de Cuenca**

Con la premisa de que la Regional Austro está conformada por las Direcciones Provinciales de Azuay, Cañar y Morona Santiago, la aplicación de estrategias para la recolección de sobres se aplican de manera indistinta para cada provincia, por el hecho, de que las metas de recaudación de sobres se establecen en función a la demografía provincial; otra consideración relevante es que los materiales de difusión no pueden ser modificados, sin embargo, en función a los formatos establecidos y al presupuesto provincial asignado, las tácticas empleadas corresponden a la autogestión de cada agencia.

Uno de los mayores limitantes para la difusión de la campaña de la Lotería Tributaria se da por el tiempo establecido para la promoción, a pesar de que se consideran como comprobantes de venta válidos a los emitidos dentro de un periodo de tiempo específico, por lo general, desde el día siguiente a la fecha de cierre de ánforas del último sorteo hasta la fecha

establecida para el retiro de ánforas de la edición que se esté cursando; por lo que, las regionales disponen de alrededor de un mes para la promoción, aun así, la ubicación de las ánforas se las puede hacer con tres meses de anticipación al sorteo.

En función a los antecedentes establecidos y al escaso tiempo para la promoción regional de la Lotería Tributaria, la Regional Austro, específicamente, la ciudad de Cuenca puede considerar como viables las siguientes tácticas comunicacionales:

- Considerar a los eventos realizados por el día de la Cultura Tributaria, el 27 de abril de cada año, para reforzar la imagen de la Lotería y dar énfasis a la importancia de la exigencia de comprobantes de venta como mecanismo para solventar las obras sociales que se realiza con los montos recaudados y de maximizar los valores y principios propios del ciudadano al contribuir con sus impuestos.
- Con las artes propuestas por el Departamento de Comunicación, se puede acoplar para ubicar vallas en la vía pública, que por cuestiones de visibilidad, permiten que exista mayor cantidad de observadores y no se limite al efecto que logran los banners al ubicarse en lugares determinados, en los que, el tráfico de personas es menor.
- Acorde a la infraestructura del edificio del SRI del Austro, es posible colocar una gigantografía que cubra la fachada, lo cual, llamará la atención de las personas que transitan por la Avenida Remigio Crespo.
- Realizar un análisis de sitios estratégicos para la colocación de las ánforas; en las sorteos anteriores, únicamente, se han distribuido en la ciudad de Cuenca, dejando de lado a las parroquias rurales del cantón y al resto de cantones que conforman la provincia del Azuay, sin observar que, existen cantones como Gualaceo y Paute que se han convertido en importantes referentes de comercio.
- Únicamente, en los oficios persuasivos emitidos por la Regional Austro se puede incluir al final de documento una leyenda que haga referencia a la Lotería Tributaria,

su eslogan y a la información disponible a cerca de las bases y mecánica del sorteo publicada en la página web institucional.

- Aprovechar las capacitaciones impartidas diariamente a los ciudadanos a través del programa Pasaporte Tributario, programa MEC, charlas a los contribuyentes, clases en los centros educativos, universidades, gremios, colegios profesionales y sectores económicos para invitar a participar en la Lotería Tributaria incluyendo en la presentación de la charla una diapositiva informativa; según las estadísticas en el Azuay, en el año 2012 se capacitó a 20.220 personas.
- El Departamento de Comunicación Nacional provee de sobres diseñados para la recolección de los comprobantes de venta, los mismos que, han sido distribuidos únicamente en la agencia del SRI, con el propósito de llegar a mayor número de personas, es posible beneficiarse de los documentos para notificaciones a los contribuyentes que diariamente se emiten y que en un año en la Dirección Regional Austro, en promedio ascienden a 35.000, de los cuales, se podría depurar solo a las notificaciones realizadas a personas naturales emitidas, específicamente, por los departamentos de Servicios Tributarios, Gestión Tributaria y Reclamos, dada su naturaleza e incluir un sobre a la comunicación enviada. Siguiendo esta línea, es posible coordinar con los diarios de mayor circulación local para incluir un sobre como inserto al periódico.
- Con el objeto de que, la ciudadanía no tenga la necesidad de trasladarse a depositar los sobres, y en base a las estadísticas de notificaciones mencionadas, se puede convertir a los notificadores que recorren la ciudad, además de los cantones urbanos y rurales de la provincia en “ánforas ambulantes” para la recolección de sobres.
- Se puede coordinar con las instituciones financieras que mantienen convenio de servicios bancarios con el SRI, para que en los sobres en los que se envían los estados de cuenta a sus clientes, se incluya en el anverso publicidad de la Lotería y un espacio destinado a añadir los datos de los participantes, y en atención a las campañas

ecológicas y de protección al medio ambiente, estos sobres sean reutilizados para que al extraer el estado de cuenta se depositen los comprobantes de venta para el sorteo.

- Haciendo uso de la base de datos del Servicio de Rentas, correspondiente a los correos electrónicos de los contribuyentes que sean personas naturales, obtenidos al momento de generar las claves para las declaraciones por internet, se puede enviar un correo masivo informativo del programa de la Lotería Tributaria, con detalles específicos, sin recargar de información.
- Según los lineamientos de la Dirección Nacional es discrecionalidad de cada regional seleccionar el lugar para la realización del sorteo, a pesar, de que debe ajustarse al día y a la hora señalada en el cronograma y que a su vez, es simultáneo para el desarrollo en las 8 regionales del país. La Regional podría programar la realización del sorteo en un lugar que tenga mayor afluencia de personas, como un parque o centro comercial, e invitar no solamente a la prensa, sino también, al personal de instituciones o centros educativos a que asistan al evento, sin limitarse a los contribuyentes que se encuentran presentes en las oficinas del SRI y por coincidencia, pueden observar la realización del sorteo; se plantea que se proporcione mayor realce a la realización del sorteo regional y se difunda para generar mayor entusiasmo entre la ciudadanía.

## **2.6 Propuesta de modificación de la Lotería Tributaria**

Un aspecto fundamental a considerar es la incidencia de la Lotería Tributaria a nivel nacional, la cual, efectivamente, se trata de una estrategia encaminada a generar cultura tributaria porque implícitamente persuade al contribuyente a exigir un comprobante de venta, por lo que, su alcance debe procurar abarcar un mayor número de participantes.

Actualmente, la única forma de participar es depositando los sobres en las ánforas para el sorteo, pero acorde al crecimiento del uso de medios como el internet y la disponibilidad de la plataforma tecnológica del SRI, así como, a la introducción de la factura electrónica, se debería crear una “Lotería Tributaria Electrónica”, como ya lo han realizado las

Administraciones Tributarias de Argentina, Costa Rica y Paraguay. La modalidad a ser aplicada consistiría en el registro de los datos del contribuyente y de los cinco comprobantes de venta sean físicos o electrónicos a través de la página web o en la aplicación móvil del SRI lo que generaría un número secuencial de “sobre electrónico”, codificado de acuerdo a la provincia, que contenga un código de barras y en formato PDF para su impresión, además, evitaría que el contribuyente tenga que movilizarse para depositar sus sobres. Para el día del sorteo se puede utilizar la modalidad de bolillas con los números individuales como lo hace la Lotería Nacional, creando mayor expectativa en el participante, ya que, formaría la percepción de que se adquiere un número de boleto y que mientras más boletos se generan mayores son las posibilidades de ganar. En las bases del concurso, se debería incluir que para retirar el premio el ganador debe presentar la impresión de su sobre electrónico, los originales de los comprobantes de venta físicos y/o la impresión de las facturas electrónicas.

Según el análisis demográfico efectuado por edades para diferenciar a los contribuyentes actuales de los contribuyentes potenciales, se pudo detectar que el sorteo actual, no está llegando al 45% del universo de contribuyentes que está formado por los potenciales que por su edad se encuentran en un periodo de formación, por lo que, se puede crear una “Lotería Tributaria Estudiantil”, abriendo la posibilidad de participación para los menores de edad, que actualmente según las bases del concurso no pueden participar, la modalidad de participación sería igual por registro electrónico, pero se modificaría el premio adaptado al target al que se orienta, tal es el caso, de un viaje con un acompañante a Orlando, becas estudiantiles, etc. A su vez, como estrategia comunicacional se puede diseñar un concurso intercolegial para la recolección de sobres, lo cual, además de cumplir con las metas de recaudación permitiera difundir los valores que conlleva desarrollar la cultura tributaria desde los procesos básicos de formación de los estudiantes.

La aplicación de una “Lotería Tributaria Electrónica” se reflejaría también, en el impulso de la eficiencia del sistema tributario, debido a que los datos del comprobante de venta ingresado se puede validar directamente con el cruce del Sistema de Facturación, se verificaría que los comprobantes participantes no estén sustentando costos y gastos al validarse con el reporte de Anexos Transaccionales; aumentaría la base de datos para detectar

diferencias en las declaraciones de los contribuyentes, permitiendo combatir a las brechas tributaria de declaración y veracidad, todos los comprobantes ingresados estarían sujetos a validación y no solo una muestra cómo se aplica en la actualidad, a su vez, en caso de detectarse alteraciones en los comprobantes, automáticamente se podrá generar una base para sancionar a los contribuyentes y a largo plazo, la base de contribuyentes tomará conciencia de la importancia de tributar responsablemente.

Como una estrategia de comunicación para publicitar la “Lotería Tributaria Electrónica” se puede utilizar la imagen de artistas nacionales, que den su testimonio de pago de impuestos y a la vez, transmitan el mensaje de participar en el sorteo. Como una de las tácticas para generar credibilidad en el sorteo y dar mayor realce, para el sorteo nacional, se puede realizar un concierto en el que se presenten las figuras artísticas empleadas para la promoción, inclusive, para despertar el interés y de cierta manera generar un posicionamiento se puede crear una canción que identifique a la lotería y en ella se haga alusión a los valores y a los beneficios sociales implícitos al cumplir con las obligaciones tributarias.

Al utilizar un sistema de lotería electrónica, a su vez, será posible validar la efectividad de la estrategia utilizada, porque permitirá medir e identificar si con cada sorteo únicamente se están incrementando el número de sobres participantes o si se está llegando a mayor cantidad de contribuyentes que participan, con el objeto de modificar y ajustar las tácticas publicitarias empleadas para la difusión del sorteo.



### Capítulo III

#### Discusión

La tendencia característica de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica se destaca por combatir las brechas tributarias, principalmente, la de evasión de impuestos, planificando estrategias que conlleven a mejorar la cultura tributaria, las que van más allá de capacitaciones o publicidad persuasiva para los ciudadanos, tal es el caso, de aplicar un juego de azar que influya en la percepción de las personas y gradualmente, vaya estableciéndose un patrón voluntario de comportamiento y cumplimiento tributario, así, el autor Salvador Pérez Galindo menciona que el sistema de participación en loterías o rifas mensuales constituyó uno de los incentivos fiscales orientado a los consumidores e implementado en Corea del Sur tras la crisis económica de 1997, con el objeto de impulsar el uso de medios de pago electrónicos relacionados con el cumplimiento de obligaciones tributarias. En el mismo contexto, en Argentina, con la crisis económica originada en el año 2001, se buscó maneras de mantener el control fiscal, a través, del incentivo del uso de tarjetas de débito canalizado con la baja de cinco puntos porcentuales en la tarifa del IVA, posteriormente, se amplió el incentivo al uso de tarjetas de crédito; medidas similares fueron adoptadas por algunos países de América Latina como mecanismo para combatir la informalidad, coincidiendo entre ellos, con la implementación de un sistema de loterías tributarias aplicado paulatinamente en Costa Rica, República Dominicana, México y Uruguay, (párr. 11,13, 18, 19), además, de Brasil, El Salvador, Guatemala, Paraguay, Venezuela e incluso el Ecuador, que adoptó este incentivo desde el año 2008.

Si bien es cierto, varios organismos fiscales han utilizado un sistema de lotería, sin embargo, para la adaptación de las estrategias que impulsen al fortalecimiento de la cultura impositiva, los países deben enfocarse en su realidad, de manera especial, en la normativa tributaria y en sus sistemas de registro y control, siendo, (...) *evidente que el desarrollo de las administraciones tributarias responde a diversos factores históricos, culturales y económicos específicos de cada país y por ello se puede observar un desarrollo muy diferenciado entre las administraciones tributarias de los países de la región.* (Baer, 131) *Al mismo tiempo, un desafío para los países de la región será el de alcanzar un equilibrio entre los objetivos de*

*crear una cultura de cumplimiento voluntario a través del buen servicio al contribuyente, por una parte, y el control eficaz para detectar y sancionar el incumplimiento, por otra. (150)*

En el caso del Ecuador, la aplicación de la Lotería Tributaria ha generado una respuesta positiva en la ciudadanía, reflejada en el incremento del número de sobres recaudados, la recaudación en la primera edición fue tan solo del 5,52% del total del décimo sorteo; a pesar, de que se haya registrado un decremento de los sobres recolectados en la octava, novena y décima edición con respecto al séptimo sorteo ejecutado en el 2011, en el cual, se logró la mayor participación con un total de 1.792.861 sobres. El número de sobres recolectados ha disminuido en las últimas ediciones, a simple vista, esta baja en la recaudación es producto de la disminución del valor de los premios, ya que, en la edición de mayor participación el premio nacional fue de USD 130.000; además, de que la campaña efectuada en el año 2011 tuvo mayor duración y realce que la de los años posteriores. Específicamente, en la ciudad de Cuenca, las tendencias se asemejan al comportamiento de los índices nacionales, la recaudación de sobres en el décimo sorteo creció en un 1.489.79% con respecto al primero, pero disminuyó el 41,35% en función a los sobres recaudados en el séptimo sorteo. En el mismo plano, los índices de recaudación efectiva del año 2013 frente al 2008 reflejan un incremento del 193.24%, demostrando que la recaudación se ha elevado, sin embargo, no se puede medir con exactitud cuánto de este crecimiento se atribuya a la aplicación de estrategias publicitarias y en especial de la Lotería Tributaria.

Un factor limitante en la realización de la investigación viene dado por la falta de series estadísticas comparables de los resultados obtenidos con la aplicación del sistema de loterías fiscales en el resto de países de Latinoamérica, muchas de ellas, han sido desplazadas y las páginas web institucionales, incluida la del SRI, no ofrecen datos estadísticos del efecto obtenido; sin embargo, en el caso de elaborarse futuras investigaciones se puede medir el impacto generado en los indicadores de evasión como causa de la aplicación de estrategias publicitarias persuasivas, entre ellas, la Lotería Tributaria y en el caso del Ecuador, es factible medir la variación de la recaudación anual por multas tributarias, detectadas del análisis de comprobantes de venta recolectados en los sorteos de la Lotería Tributaria.

Según el organigrama regional, la falta de un Departamento de Comunicación en la Dirección Regional Austro y las modificaciones en el Departamento de Comunicación Nacional, fueron un limitante para la obtención de materiales publicitarios usados en las diez ediciones, siendo necesario, recurrir a publicaciones realizada en los medios de comunicación masivos, destacándose entre ellos los artículos de prensa, que a la vez, constituyen un instrumento comunicacional importante y que no representan costos para la institución; aunque se centren en comunicar datos sobre el concurso, ganadores, fechas del sorteo, transmisión del sorteo nacional, pero no plasman el objetivo comunicacional principal que es el de la exigencia de transparentar las transacciones comerciales y generar cultura tributaria.

Conforme al avance tecnológico y a las reformas de la normativa tributaria, es factible implementar nuevos procesos de control que generen expectativas en los contribuyentes, tal es el caso, de adaptar la Lotería Tributaria al nuevo sistema de facturación denominado “Factura electrónica”, a implementarse de manera obligatoria a partir de agosto de 2014, para un cierto sector de contribuyentes, por lo que, se puede seguir el esquema de sorteo de países como Brasil y México, que asignan un número al cliente en el momento de la compra, conjuntamente con la emisión del documento para la realización del sorteo en fechas posteriores. Ciertos países latinoamericanos, también, consideran a los pagos efectuados a través de tarjetas de crédito y débito un buen mecanismo para control tributario, en el Ecuador se puede analizar esta iniciativa, a sabiendas de que esta modalidad de pago, de acuerdo a las leyes vigentes genera una retención del 2% en el pago realizado por las empresas emisoras de tarjetas de crédito a sus establecimientos afiliados, en este caso, la estrategia de marketing se orientaría a impulsar las cancelaciones utilizando esta modalidad, además de que, los materiales publicitarios sean más llamativos y no se limiten a reediciones en cada sorteo.

Un aspecto importante a considerarse en la realidad impositiva del Ecuador, es el número de contribuyentes inscritos bajo la modalidad del RISE, sistema impositivo que permite simplificar las obligaciones de las personas naturales a través del pago de una cuota fija mensual; a pesar de que, estos contribuyentes no tienen que presentar una declaración de impuestos están obligados a emitir comprobantes de venta. Según un análisis realizado por el Servicio de Rentas, en el año 2012, solo un 25% de los registrados en esta modalidad ha

solicitado autorización para la impresión de documentos; en función a este indicador, el efecto de la aplicación de la Lotería Tributaria no se extendió a este tipo de contribuyentes, por lo cual, la Administración no deberá limitarse a una estrategia de marketing sino a impartir mayor capacitaciones informativas y de ser necesario, al uso de su facultad sancionadora para disminuir las brechas de evasión y veracidad en este sector.

El uso de la estrategia de loterías fiscales, además de ser utilizada en varios países de Latinoamérica, ha servido de modelo para el establecimiento de otros sorteos en instituciones públicas del país, específicamente en la ciudad de Cuenca, tal es el caso, de la Lotería Energética implantada por la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur, desde el año 2012, cuyo objetivo también es de índole social, cimentado en un Plan de Actualización de datos a través de la página web institucional, con el propósito de optimizar las vías tecnológicas de comunicación con sus clientes y brindar un servicio más personalizado.



## Conclusiones

De la investigación efectuada, es factible señalar que las Administraciones Tributarias que han aplicado un sistema de sorteo, han partido del indicio de solidificar la cultura tributaria en su país, permitiendo que no sólo los contribuyentes registrados o quienes necesitan respaldar y justificar su información contable y financiera soliciten la entrega de un comprobante de venta, sino, que sea la ciudadanía en general, quienes se concienticen y hagan de la exigencia de comprobantes un hábito, hasta el punto que, voluntariamente, los propietarios de los negocios entreguen un respaldo autorizado en sus ventas.

La efectividad de la participación ciudadana, no viene dado por el atractivo de los bienes o cantidades monetaria destinados para los premios, sino, por el proceso de comunicación a la ciudadanía, que les permita conocer adecuadamente las bases y mecánica de los concursos, además, que en todos los países analizados, la participación no tiene costo, al ser marketing de índole social y cuya finalidad se orienta a disminuir la evasión tributaria, por lo cual, el impacto comunicacional se puede medir según el número de participaciones receptadas.

Es recomendable efectuar un análisis del tiempo establecido para la campaña de promoción de la Lotería Tributaria, teniendo en cuenta que, se consideran válidos para el sorteo los comprobantes de venta emitidos a lo largo de un año, y que a pesar de que las ánforas se ubican con tres meses de anticipación a la fecha del sorteo, la difusión inicia con tan solo un mes o en ciertos casos hasta tres meses antes del día de cierre de las ánforas, haciendo que las tácticas se acoplen a un corto periodo de tiempo y no alcance los resultados deseados, por lo que, ciertos aspectos comunicacionales podrían ser descentralizados, dado que, cada Regional conoce con mayor detalle los aspectos culturales de su entorno, en tal sentido, en Cuenca se podrían tomar decisiones y ajustes a la campaña oportunamente sin la necesidad de la autorización de la unidad central.

La parte fundamental del establecimiento de la Lotería Tributaria consiste en crear conciencia ciudadana, porque al exigir comprobantes de venta se crea la obligación directa del

proveedor de declarar los ingresos que generan sus ventas, sin embargo, los medios de comunicación a través de las ruedas de prensa, artículos y publicaciones se centran en los mecanismos y procedimientos del sorteo, desplazando al mensaje concreto, por lo que, la población conoce del sorteo y lo ancla a la imagen del Servicio de Rentas, sin embargo, a pesar del incremento de sobres participantes y del incremento de la recaudación con respecto al primer sorteo, no se cumple totalmente con el objetivo de que todos los contribuyentes registrados entreguen comprobantes de venta y de que comercios no registrados se inscriban en el RUC, por lo que, las Áreas de Gestión Tributaria aun registran altos índices de clausuras por falta de entrega de comprobantes; por lo que, se debe procurar de que a pesar de que, no exista un incentivo monetario se debe transmitir claramente el mensaje social de la Lotería Tributaria.

En definitiva, las Administraciones Tributarias Latinoamericanas se orientan a elevar los índices de recaudación de impuestos, adaptando de acuerdo a su realidad demográfica, política y social un sistema atractivo que motive a la ciudadanía a convertirse en agentes de control tributario. En el caso del Ecuador, la propuesta de la Lotería Tributaria ha cumplido con la expectativa deseada, aunque en el primer sorteo no se logró la participación esperada, en las ediciones posteriores se han evidenciado incrementos en el número de sobres participantes, sin duda, la Lotería Tributaria ya se encuentra posicionada, sin embargo, la publicidad empleada no solo debe enfocarse en transmitir las fechas en las cuales se realizará el sorteo o en incluir a la imagen de los ganadores de los sorteos anteriores, sino que, se debe enfocar en incrementar el número de ciudadanos que exijan un comprobante de venta en sus transacciones habituales y de forma voluntaria, como un indicador de solidificación de la cultura tributaria y su vez, se debe ampliar esta estrategia a los potenciales contribuyentes, reforzando su proceso de formación.



## **Bibliografía**

### **Libros**

Arens, William F., Michael F. Weigold, y Christian Arens. Publicidad. México: Mc Graw Hill, 2008.

Buitron, Vannesa y Tituaña Ana. Plan Estratégico 2012-2015. Ecuador. 2012.

Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Estrategias para la promoción del cumplimiento voluntario. Panamá 2009.

Hair, Joseph F. Investigación de Mercados. Segunda Edición. México: McGraw Hill, 2006.

Keller, Kevin Lane. Administración estratégica de marca. Tercera edición. México: Pearson Educación, 2008.

Kotler, Philip, y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. Duodécima Edición. México: Pearson Educación, 2006.

- - -, y Gary Armstrong. Marketing: Versión para Latinoamérica. Trad. Leticia Esther Pineda Ayala. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación, 2007.

- - -, y - - -. Fundamentos de marketing. México: Pearson, 2008.

Mariotti, John. Lo fundamental y lo más efectivo acerca del marketing. Bogotá: McGraw Hill, 2001.

Wells, William. Publicidad: principios y práctica. Séptima Edición. México: Pearson Educación, 2007.

## Páginas web

AFIP. Programa IVA y Vuelta. 27 dic. 2012.

<<http://www.afip.gob.ar/genericos/novedades/ProgramaIvaVuelta.asp>>

Aguirre Machado, Ricardo Antonio. La Cultura Tributaria en El Salvador. 12 junio 2012.

<[http://www.powershow.com/view/289c73-](http://www.powershow.com/view/289c73-YWE2N/CULTURA_CIVICO_TRIBUTARIA_EN_EL_SALVADOR_powerpoint_ppt_presentation)

[YWE2N/CULTURA\\_CIVICO\\_TRIBUTARIA\\_EN\\_EL\\_SALVADOR\\_powerpoint\\_ppt\\_presentation](http://www.powershow.com/view/289c73-YWE2N/CULTURA_CIVICO_TRIBUTARIA_EN_EL_SALVADOR_powerpoint_ppt_presentation)>

Aduran. Primer sorteo de lotería energética. 30 abril 2012. 27 marzo 2013.

<<http://www.centrosur.com.ec/node/373>>

Baer, Katherine. La administración tributaria en América Latina - Cepal. 24 abril 2013.

<[http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/27951/lcg2324e\\_CapII.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/27951/lcg2324e_CapII.pdf)>

Boni. Este año continúa la Lotería Fiscal en Paraguay. 22 marzo 2012. 14 enero 2013.

<<http://bonitsoler.wordpress.com/2012/03/22/este-ano-continua-la-loteria-fiscal-en-paraguay/>>

Bases primer sorteo Lotería Tributaria. Ciudadanía informada. 2008. 22 mar. 2013.

<[http://www.ciudadaniainformada.com/fileadmin/Documentos/loteria\\_tributaria.pdf](http://www.ciudadaniainformada.com/fileadmin/Documentos/loteria_tributaria.pdf)>

Cámara Nacional de Comercios y Servicios del Uruguay. Lotería fiscal (Comboleta). 12 abril

de 2013. <<http://www.cncs.com.uy/loteria-fiscal-comboleta/>>

Carrasco, Carlos Marx. Informe de labores enero junio 2009. 25 abril 2013.

<<http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/5d8edc6f-f543-4341-876f-247f5f0572c1/gen--023030.pdf>>

Carrasco, Carlos Marx. Informe de labores enero junio 2013. 15 may. 2013. <[Casinos y salas de juego cierran definitivamente en Ecuador. La República. 12 mar. 2012. 20 abril 2014. <\[Centro de Estudios Fiscales. Brechas Tributarias. 15 jun. 2014. <\\[>\\]\\(http://aula.virtualepn.edu.ec/mod/book/view.php?id=33822&chapterid=14356\\)\]\(http://www.larepublica.ec/blog/sociedad/2012/03/16/casinos-y-salas-de-juego-cierran-definitivamente-en-ecuador/></a></p>
</div>
<div data-bbox=\)](http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CBoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FDocumentosAlfrescoPortlet%2Fdescargar%2F8ba79224-2bfd-4eac-96a0-94b19effef94%2FINFORME%2BDE%2BLABORES%2B2013.pdf&ei=vYifU5eILNPEsASv7IG4Cw&usg=AFQjCNFATKniOdZj2A1_Gub7qIfv5KAMvw:></a></p>
</div>
<div data-bbox=)

Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Países miembros. 30 sept. 2012. <[>](http://www.ciat.org/index.php/es/acerca-del-ciat/paises-miembros.html)

Cheo Rojas José, Seniat realiza primer sorteo del Concurso “Tu Factura Premiada 2007”. 07 sept. 2007. 10 mayo 2012. <[Ecuador cifras de Internet 2014, mayor crecimiento y acceso. Canal Tecnológico. 16 may. 2014. 01 jun. 2014. <\[>\]\(http://www.canal-tecnologico.com/index.php?option=com\_content&view=article&id=1668:ecuador-cifras-de-internet-2014-mayor-crecimiento-y-acceso&catid=30&Itemid=125\)](http://diariodelosandes.com/content/view/12020/></a></p>
</div>
<div data-bbox=)

El SRI controla con la lotería tributaria. Hoy.com.ec. 31 jul. 2010. 10 may. 2012. <[>](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-sri-controla-con-loteria-tributaria-418569.html)

EXPRESO (Guayaquil) Desaprobación al ingreso de otras loterías es del 62%. Ecuador inmediato.com. 26 nov. 2007. 29 ago. 2013. <

[http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=65685&umt=expreso\\_guayaquil\\_desaprobacion\\_al\\_ingreso\\_otras\\_loterias\\_es\\_del\\_62](http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=65685&umt=expreso_guayaquil_desaprobacion_al_ingreso_otras_loterias_es_del_62)>

Governo de Estado de Sao Paulo, Secretaria de Fazenda. Nota Fiscal Paulista. 13 feb. 2013. <<http://www.nfp.fazenda.sp.gov.br/>>

Implementarán lotería tributaria para impulsar cultura del tributo. Terra.com. 02 ene. 2008. 08 may. 2012. <<http://www.terra.com.ec/noticias/noticias/act1088937/implementaran-loteria-tributaria-para-impulsar-cultura-tributo.html>>

Informe mensual de recaudación a diciembre 2012. Sri.gob.ec. enero 2013. 27 abril 2013. <[http://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion?p\\_p\\_id=busquedaEstadisticas\\_WAR\\_BibliotecaPortlet\\_INSTANCE\\_EV06&p\\_p\\_lifecycle=1&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-3&p\\_p\\_col\\_count=2&\\_busquedaEstadisticas\\_WAR\\_BibliotecaPortlet\\_INSTANCE\\_EV06\\_com.sun.faces.portlet.VIEW\\_ID=%2Fpages%2FbusquedaEstadistica.xhtml&\\_busquedaEstadisticas\\_WAR\\_BibliotecaPortlet\\_INSTANCE\\_EV06\\_com.sun.faces.portlet.NAME\\_SPACE=\\_busquedaEstadisticas\\_WAR\\_BibliotecaPortlet\\_INSTANCE\\_EV06\\_>](http://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion?p_p_id=busquedaEstadisticas_WAR_BibliotecaPortlet_INSTANCE_EV06&p_p_lifecycle=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-3&p_p_col_count=2&_busquedaEstadisticas_WAR_BibliotecaPortlet_INSTANCE_EV06_com.sun.faces.portlet.VIEW_ID=%2Fpages%2FbusquedaEstadistica.xhtml&_busquedaEstadisticas_WAR_BibliotecaPortlet_INSTANCE_EV06_com.sun.faces.portlet.NAME_SPACE=_busquedaEstadisticas_WAR_BibliotecaPortlet_INSTANCE_EV06_>)>

Jiménez, Juan Pablo, Juan Carlos Gómez Sabaini y Andrea Podestá. Evasión y equidad en América Latina, enero 2010. 08 agosto 2012. <[http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/8/38398/EvasionEquidad\\_final.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/8/38398/EvasionEquidad_final.pdf)>

La comboleta. Publicidad. Comboleta 1994 TV Spot Uruguay TEVEREC. Uruguay 1994. <<http://www.youtube.com/watch?v=fOhOmCsoZCI>>

La Lotería Fiscal entrega premios. ElSalvador.com. 10 sept. 2007. 13 feb. 2013. <[http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota\\_completa.asp?idArt=1685538&idCat=6381](http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idArt=1685538&idCat=6381)>

Listo Sorteo del SRI. ElMercurio.com.ec. 25 ago. 2012. 24 sept. 2012.

<[http://www.elmercurio.com.ec/346127-listo-sorteo-del-sri.html?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+elmercurio+%28El+Mercurio+-+Cuenca+EC%29](http://www.elmercurio.com.ec/346127-listo-sorteo-del-sri.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+elmercurio+%28El+Mercurio+-+Cuenca+EC%29)>

Lotería Nacional. 30 agost. 2013. <<http://www.loteria.com.ec/nuestrainstitucion/historia.aspx>>

Ministerio de Hacienda. Sorteo de Puntos Solidarios (Lotería Fiscal). 10 abril 2012. 12 enero 2013. <[http://dgt.hacienda.go.cr/infotributaria/Paginas/Sorteodepuntossolidarios\(Loteriaafiscal\).aspx](http://dgt.hacienda.go.cr/infotributaria/Paginas/Sorteodepuntossolidarios(Loteriaafiscal).aspx)>

Morales, Carlos, Ruiz, Francisco e Ycaza Walter. Análisis de la evasión fiscal en el Impuesto a la Renta del Ecuador. 20 feb. 2009. 08 may. 2012. <[www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/745/1/1396.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/745/1/1396.pdf)>

Panameños gastan una fortuna en lotería y juegos de azar. Revista Líderes.ec. 10 abril 2012. 20 feb. 2013. <[http://www.revistalideres.ec/mercados/Panamenos-gastan-fortuna-loteria-juegos\\_0\\_679732058.html](http://www.revistalideres.ec/mercados/Panamenos-gastan-fortuna-loteria-juegos_0_679732058.html)>

Pérez Galindo, Salvador. Pago electrónico, impulsor de la formalidad económica. Política Digital. 01 agost. 2007. 20 agost. 2012. <<http://www.politicadigital.cl/?P=leernoticia&Article=1549&c=111>>

Primer sorteo de la Lotería Energética. Centrosur. 30 abril 2012. 29 abril 2013. <<http://www.centrosur.com.ec/node/373>>

SAT. ¡¡¡Llegó la Lotería Tributaria!!! . 07 mayo 2012.

<<http://portal.sat.gob.gt/sitio/index.php/component/docman/docclick.html?bid=340&limitstart=0&limit=30>>

Suarez, Lorena. Lotería Tributaria motivará a los ciudadanos a pagar sus impuestos y exigir facturas. Ciudadanía Informada. 10 jun. 2008. 03 abril 2013. <[http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/browse/160/ir\\_a/ciudadania/article//loteria-tributaria-motivara-a-los-ciudadanos-a-pagar-sus-impuestos-y-exigir-facturas.html](http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/browse/160/ir_a/ciudadania/article//loteria-tributaria-motivara-a-los-ciudadanos-a-pagar-sus-impuestos-y-exigir-facturas.html)>

Uquillas, Alfredo. Diagnóstico y análisis del impacto de los casinos en el Ecuador, Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 157, 2011. 20 feb. 2013. <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2011/>>

Valenzuela Chaparro, Oscar. Qué sabe usted del Boletazo...?. 06 oct. 2004. 18 julio 2012. <<http://delunadiaz.com.mx/boletin/boloct04.pdf>>

Zambrano, Raúl. “¡Se lo ganó! ¡Se lo ganó!” Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. 18 dic. 2011. <<http://www.ciat.org/index.php/es/blog/item/58-se-lo-gano.html>>

## **Normativa Tributaria**

Ley de Régimen Tributario Interno y sus reformas.

La Ley Reformativa para la Equidad Tributaria en el Ecuador.

Resolución No. NAC-DGER2008-0570.

Resolución No. NAC-DGER2008-0794.

Resolución No. NAC-DGERCGC09-00703.

Resolución N° NAC-DGERCGC11-00313.

Resolución NAC-DGERCGC14-00366.



## **Anexo 1**

### **Anexo 1.1**

Resolución de creación de la Lotería Tributaria

### **RESOLUCIÓN No. NAC-DGER2008-0570**

#### **EL DIRECTOR GENERAL DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

##### **Considerando:**

Que los sujetos pasivos están en la obligación de emitir comprobantes de venta por todas las operaciones mercantiles que realicen;

Que los comprobantes de venta emitidos por los contribuyentes, así como sus declaraciones, constituyen fuente sustancial en los procesos de control que la Administración Tributaria efectúa;

Que conforme se desprende del último inciso del artículo 103 de la Ley de Régimen Tributario Interno, elevada a la categoría de Ley Orgánica por la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 242 de 29 de diciembre del 2007, se faculta al Director General del Servicio de Rentas Internas, implantar los sistemas que considere adecuados, para incentivar a los consumidores finales a exigir la entrega de facturas por los bienes que adquieran o los servicios que les sean prestados, mediante sorteos u otros similares, para lo cual, asignará los recursos necesarios del presupuesto de la Administración Tributaria;

Que el artículo 73 del Código Tributario señala que la actuación de la Administración Tributaria deberá desarrollarse con apego a los principios de simplificación, celeridad y eficacia;

Que la administración considera necesario implementar el sistema "Lotería Tributaria" como uno de los recursos para fomentar la cultura tributaria entre la ciudadanía, motivándola a requerir la emisión y entrega de comprobantes de venta por los bienes adquiridos o los servicios prestados;

Que de conformidad con lo dispuesto en los artículos 7 del Código Tributario y 8 de la Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, es competencia de esta Dirección, expedir resoluciones de carácter general para la aplicación de las normas legales y reglamentarias, así como para la armonía y eficiencia de su administración; y,

En uso de sus facultades legales,

**Resuelve:**

**Art. 1.-** Crear la "LOTERÍA TRIBUTARIA" como un sistema de sorteo organizado por el Servicio de Rentas Internas con el propósito de fomentar la cultura tributaria en el Ecuador, mediante incentivos a los ciudadanos para que exijan sus comprobantes de venta en las transacciones comerciales en las que intervengan en calidad de consumidores finales.

**Art. 2.-** Delegar al Comité de Sorteos del Servicio de Rentas Internas, que por la presente se crea, la organización y ejecución de los sistemas de sorteo y de otros similares que la Administración Tributaria lleve a cabo.

**Art. 3.-** El Comité de Sorteos estará integrado por los siguientes funcionarios del Servicio de Rentas Internas:

El Director General o su delegado, quien lo presidirá.

El Director Nacional Financiero o su delegado.

El Director Nacional Administrativo o su delegado.

El Director Nacional de Gestión Tributaria o su delegado.

Dos directores regionales designados por el Director General o sus delegados.

El comité se reunirá cuantas veces sea necesario, se conformará con mínimo tres de sus miembros y el Presidente. Las decisiones del comité serán tomadas por mayoría simple, en caso de empate, el voto del Presidente será dirimente; constarán en un acta que será elaborada por el Secretario que el comité designe de fuera de su seno. Las actas constituirán antecedente de todos los procesos que en relación con la organización o ejecución de estos sistemas de sorteo efectúe la Administración Tributaria.

**Art. 4.-** El comité tendrá a su cargo las funciones asignadas en esta resolución, debiendo someterse para la organización y ejecución de los sorteos al presupuesto que la Dirección Nacional Financiera del Servicio de Rentas Internas asigne para el efecto y a los informes de los departamentos correspondientes sobre cumplimiento de obligaciones tributarias y otros aspectos que puedan relacionarse con la organización de los respectivos eventos.

**Art. 5.- Sorteos y período de concurso.- (Sustituido por el Art. 1 de la Res. NAC-DGER2008-0794, R.O. 362-S, 18-VI-2008).**- Los sorteos se efectuarán en las fechas que el Comité de Sorteos establezca. De no haberse realizado el sorteo en el día señalado, el Comité determinará una nueva fecha.

Los comprobantes de venta con los que se podrá participar serán los emitidos en el período que el Comité de Sorteos señale en la convocatoria.

El Comité podrá suspender los sorteos por el tiempo que considere conveniente; sin embargo, dicha suspensión no procederá cuando ya se hubiese convocado al sorteo, salvo caso fortuito o fuerza mayor calificada por el propio Comité.

**Art. 6.- Participantes.- (Sustituido por el Art. 1 de la Res. NAC-DGER2008-1102, R.O. 399-S, 8-VIII-2008).**- Podrán participar en los sorteos de la Lotería Tributaria, todas las personas naturales que reúnan el número de comprobantes elegibles que determina

esta resolución, con excepción de los funcionarios y empleados del Servicio de Rentas Internas.

**Art. 7.-** Comprobantes de venta elegibles.- Se consideran comprobantes de venta elegibles para el sorteo, los originales de facturas, notas de venta y tiquetes de máquinas registradoras emitidos válidamente dentro del respectivo período de concurso, y que contengan los requisitos del Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención.

**Art. 8.- Convocatoria al sorteo.- (Sustituido por el Art. 1 de la Res. NAC-DGERCGC09-00703, R.O. 57, 29-X-2009).**- El Comité de Sorteos efectuará una convocatoria general, que se publicará en al menos uno de los periódicos de mayor circulación nacional y en la página web del SRI; dicha convocatoria contendrá:

- a) El período de concurso;
- b) Lugares donde se encuentran ubicadas las ánforas;
- c) Los premios, las fechas y lugares donde se llevará a cabo el sorteo; y,
- d) La fecha límite de participación.

**Art. 9.- Forma de participación.-** Los participantes, deberán depositar un sobre con sus datos personales, nombres completos y número de cédula de identidad, y los originales de al menos cinco (5) comprobantes de venta elegibles, en las ánforas que el Servicio de Rentas Internas distribuya para el efecto a nivel nacional.

No existe límite en el número de participaciones por cada persona, ni se requiere que los comprobantes de venta sean emitidos a nombre del participante; sin embargo, si los mismos van a ser utilizados como sustento de costos, gastos o crédito tributario, no deben ser utilizados en el sorteo, puesto que la Administración Tributaria dispondrá de dichos documentos y no procederá a su devolución. La presentación de comprobantes de venta en el

sorteo no justifica la falta de respaldo físico del costo, gasto o crédito tributario el que por consiguiente será injustificado.

Si los comprobantes de venta se encuentran emitidos a nombre de un tercero, se presumirá que quien participó lo hizo con el consentimiento de aquel y la administración no se responsabiliza por cualquier perjuicio que se hubiese ocasionado o se ocasione con dicha participación.

**Art. 10.- Forma del sorteo.- (Sustituido por el Art. 2 de la Res. NAC-DGERCGC09-00703, R.O. 57, 29-X-2009).**- El sorteo será público y se efectuará de la siguiente forma:

1. Cada dirección regional del Servicio de Rentas Internas sorteará un premio, cuyo valor será determinado por el Comité de Sorteos, de conformidad con lo establecido por el artículo 4 de la presente resolución.
2. Una vez sorteados los premios a nivel regional, se remitirán a la localidad que determine el Comité de Sorteos, todos los sobres participantes. No serán enviados los sobres seleccionados en los sorteos a nivel regional que resultaron ganadores o fueron descalificados por no cumplir los requisitos establecidos en el artículo 9 de la presente resolución.
3. Se sortearán a nivel nacional dos premios, conforme se establece en la presente resolución.

El sorteo podrá transmitirse por televisión si así lo considera el comité, en cuyo caso se difundirá la información correspondiente a los ganadores de los premios sorteados a nivel regional, sin perjuicio de que cada dirección regional difunda a nivel local los resultados del sorteo.

**Art. 11.- Mecánica del sorteo regional.- (Sustituido por el Art. 3 de la Res. NAC-DGERCGC09-00703, R.O. 57, 29-X-2009).**- Para el sorteo, deberá contarse con la presencia del director regional o su delegado; un delegado del Área de Gestión Tributaria de la dirección regional correspondiente; y, un notario.

El sorteo se realizará en la fecha y ciudad determinados por el comité de sorteos, donde se encontrarán los sobres depositados en las ánforas del SRI.

De todos los sobres participantes, se escogerá uno al azar. El sobre seleccionado será abierto por el Notario quien conjuntamente con el delegado del Area de Gestión Tributaria verificará que los comprobantes de venta cumplan con los requisitos establecidos para el sorteo; de no cumplir, se seleccionará un nuevo sobre y se repetirá el proceso hasta que se obtenga uno que contenga los comprobantes de venta que cumplan con los requisitos.

Se descalificarán los sobres que:

- a) No contengan el número de comprobantes establecido; y,
- b) Contengan comprobantes de venta que no cumplan con los requisitos señalados en el artículo 7 de esta resolución o que hayan sido reportados en el Servicio de Rentas Internas por cualquier contribuyente como sustento de costo, gasto o crédito tributario.

El notario levantará un acta pública con la información de los comprobantes de venta y los datos personales del ganador, quien será proclamado como tal por el director regional o su delegado, una vez que los comprobantes de venta incluidos en el sobre participante hayan sido debidamente revisados y calificados.

**Art. 12.- Mecánica del sorteo nacional.- (Sustituido por el Art. 4 de la Res. NAC-DGERCGC09-00703, R.O. 57, 29-X-2009).**- Se contará con la presencia de dos de los miembros del Comité de Sorteos o sus delegados y de uno de los notarios del cantón en el que este se lleve a cabo.

En el lugar del sorteo se encontrarán los sobres remitidos por las direcciones regionales de los que al azar, se escogerá un sobre por cada premio.

Cada sobre seleccionado será abierto por el Notario quien, conjuntamente con funcionarios del Servicio de Rentas Internas verificarán que los comprobantes de venta cumplan con los requisitos establecidos para el sorteo, de no hacerlo se seleccionará un nuevo sobre y se repetirá el proceso hasta que se obtenga uno que contenga los comprobantes de venta con los requisitos.

Se descalificarán los sobres por las razones establecidas en los literales a) y b) del artículo anterior.

El Notario levantará un acta pública con la información de los comprobantes de venta y los datos personales de los ganadores quienes serán proclamados como tales por los miembros del comité presentes en el sorteo, una vez que los comprobantes de venta con los que participaron hayan sido debidamente revisados y calificados.

**Art. 12-A.- Premios.- (Agregado por el Art. 5 de la Res. NAC-DGERCGC09-00703, R.O. 57, 29-X-2009).**- En cada sorteo la Administración Tributaria entregará 10 premios, de la siguiente manera:

1. Los dos premios de mayor valor, serán entregados entre quienes participen en el sorteo nacional, de conformidad con lo establecido en la presente resolución.
2. Los ocho premios restantes, de igual valor económico, se repartirán en cada dirección regional del Servicio de Rentas Internas.

El Comité de Sorteos, según la disposición de presupuesto de la Administración Tributaria, establecerá el monto de los premios, que se entregarán, de ser en numerario, mediante transferencia a una cuenta bancaria de la que el ganador sea titular.

**Art. 12-B.- Entrega de premios.- (Agregado por el Art. 5 de la Res. NAC-DGERCGC09-00703, R.O. 57, 29-X-2009).**- Con el acta del sorteo elaborada por los notarios, el Comité de Sorteos dispondrá la publicación con los nombres de los ganadores en al menos un periódico de mayor circulación nacional y en la página web del SRI.

Previa solicitud e identificación expresa de los ganadores, la Dirección Nacional Financiera del Servicio de Rentas Internas, en un plazo máximo de 15 días, realizará la entrega de los premios correspondientes.

El derecho a reclamar los premios se mantendrá hasta por 6 meses después de la publicación por la prensa del nombre del ganador. Terminado este plazo, el Comité de Sorteos dispondrá que los premios no reclamados sean entregados al Ministerio de Gobierno a fin de que dé cumplimiento con la Ley de Creación de Fondos para el Desarrollo de la Infancia o, de ser en numerario, sean depositados en la cuenta especial del Banco Central del Ecuador a órdenes del INNFA.

El Servicio de Rentas Internas actuará como agente de retención de los tributos que gravan los premios.

## **DISPOSICIONES GENERALES**

**Primera.-** La sede del sistema de Lotería Tributaria y del Comité de Sorteos será en la ciudad de Quito.

**Segunda.-** Cualquier diferencia relacionada con la interpretación o aplicación de la presente resolución será resuelta por el Director General del Servicio de Rentas Internas.

**Tercera.-** Los comprobantes de venta remitidos por los participantes no serán devueltos ni siquiera al contribuyente a cuyo nombre se emitieron; por lo que, si los mismos constituyen sustento de costo, gasto o crédito tributario para algún contribuyente, no deberán ser utilizados en el sorteo, pues haberlo presentado al sorteo no justifica la falta de respaldo físico del costo, gasto o crédito tributario.

La Administración Tributaria al término del concurso, seleccionará un número de comprobantes para control posterior, y podrá disponer la destrucción de los otros

comprobantes participantes; por lo que, no adquiere responsabilidad ante terceros por dichos documentos.

**Cuarta.-** La participación en el sistema de LOTERÍA TRIBUTARIA, por su naturaleza, es gratuita; por lo tanto, no está sujeto a la Ley de Ventas por Sorteo (Codificación 2005-002, publicada en el Registro Oficial No. 560 de 7 de abril de 2005) y su reglamento.

**Art. final.-** Esta resolución entrará en vigencia a partir de la presente fecha, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Comuníquese y publíquese.- Dado en Quito, D. M., a 5 de mayo del 2008.

## Anexo 2

### Datos Demográficos del Ecuador

#### Anexo 2.1

Población del Ecuador por rango de edad y segmentación de los contribuyentes

RANGOS DE EDAD	Género		Totales	
	Hombre	Mujer	Total	%
Mayores a 80 años	142.796	178.438	321.234	2%
de 65 a 80 años	494.884	512.141	1.007.025	6%
de 50 a 65 años	950.919	1.038.418	1.989.337	13%
de 40 a 50 años	878.619	979.984	1.858.603	12%
de 30 a 40 años	972.016	1.099.689	2.071.705	13%
de 24 a 30 años	636.270	683.030	1.319.300	8%
de 18 a 24 años	867.208	779.513	1.646.721	10%
de 12 a 18 años	1.112.499	991.752	2.104.250	13%
de 6 a 12 años	998.690	934.441	1.933.131	12%
de 0 a 6 años	832.136	789.312	1.621.448	10%
			15.872.755	

Contribuyentes  
Actuales

↑

**55%**

↓

**45%**

↓

Contribuyentes  
Potenciales

Fuente: INEC, Diciembre de 2013

## Anexo 2.2

### Niveles de educación de la Población Económicamente Activa del Ecuador

	Total Población		PEA Ajustada	
	menores de 18 años	mayores de 18 años	Total	%
Ninguno	1.399.232	576.263	257.227	4%
Centro de alfabetización	268	67.952	42.870	1%
Primaria  Educación Básica	3.790.831	3.777.136	2.437.800	37%
Secundaria	468.428	3.686.256	2.353.926	36%
Superior no universitaria	70	111.839	81.525	1%
Superior Universitaria (incluye posgrado)	-	1.994.479	1.364.400	21%
	15.872.755		6.537.748	

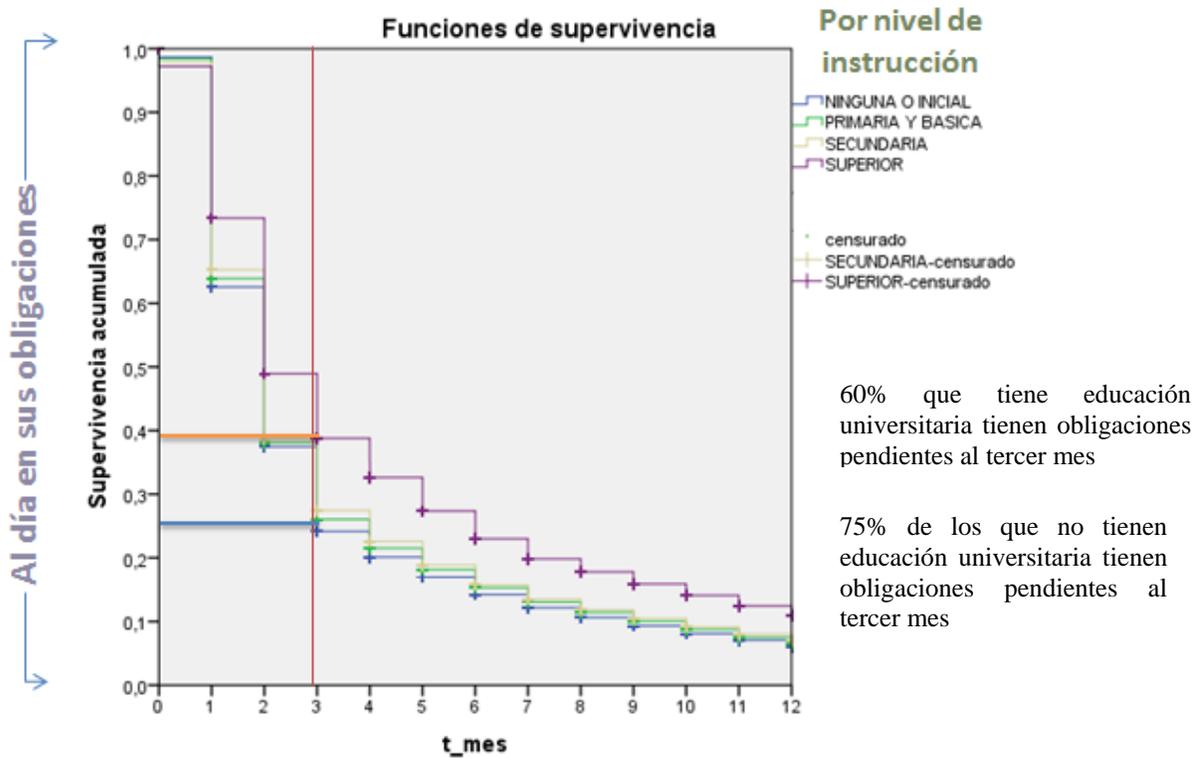
} 42% no tiene ni educación secundaria ni superior  
} 78% no tiene educación superior  
} 22% tiene educación superior

\* PEA ajustada corresponde a la PEA sin considerar desocupados ni menores de edad.

Fuente: Encuestas ENEMDU, INEC, al mes de Diciembre de 2013

**Anexo 2.3**

**Análisis de Estado Tributario - Personas naturales inscritas a partir del 2011**



Fuente: Bases de RUC, Estado Tributarios del SRI y Registro Civil

Fecha de Consulta: 23 de mayo de 2014

### Anexo 3

## Publicidad empleada en las ediciones de la Lotería Tributaria

### Anexo 3.1

Banner usado en primera edición de la Lotería Tributaria



Fuente: Ciudadanía Informada, junio 2008

Anexo 3.2

Banner usado en la cuarta edición de la Lotería Tributaria

**LOTERÍA TRIBUTARIA**

Participa en el cuarto gran sorteo y gana hasta **\$60.000**

Además gana

3do. Premio **\$37.500**

8to. Premio **\$10.000**

Para participar:

- Junta 5 ce comprobantes de venta de cualquier valor concepto de gasto.
- Verifica que sean comprobantes válidos.
- Ingresalos en un colife con tus datos.
- Y deposítalos en las Afiliadas de cualquier agencia del SRI, con los bocones de Cervecería del Ecuador.
- Mira el sorteo por TV ¡Y prepárate a ganar!

Consulta las bases del concurso en: [www.SRI.gov.ec](http://www.SRI.gov.ec)

\*Facturas, notas de venta y recibos de caja originales, emitidos desde el 15 de junio de 2009 hasta el 10 de diciembre de 2009. Deposita tus tickets hasta el 18 de diciembre de 2009. Sorteo al tercer premio: miércoles 16 de diciembre de 2009. Sorteo del primer y segundo premios: miércoles 23 de diciembre de 2009.

Exigiendo tus comprobantes de venta  
**¡Ganas tú, ganamos todos!**

**SRI**  
...Je hace bien el país!

**LA REVOLUCION CIUDADANA ESTA EN MARCHA**

**GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR**

Fuente: Departamento de Comunicación SRI

Anexo 3.3

Afiche de ganadores cuarto sorteo

**LOTERÍA TRIBUTARIA**

Estos son los **Ganadores** del **Cuarto Gran Sorteo**

**\$60.000**

**1er. Fabricio Heredia**  
Premio: C.I.: 0601987340

**2do. Premio: \$37.500**

2.	Antonio Alexander Castro Altuna	C.I.: 1712153350
----	---------------------------------	------------------

	REGIONAL	
3.	Nancy Villalba Espinosa	Norte C.I.: 1001055951
4.	Julio Narvaez Navarrete	Centro 2 C.I.: 0603149840
5.	Lorena Muñoz Freire	El Oro C.I.: 0703218396
6.	Juan Carlos Cuesta Zea	Austro C.I.: 0101860740
7.	Mayra Tuasa Córdova	Centro 1 C.I.: 1803226230
8.	Guillermo Cartuche Cuenca	Del Sur C.I.: 1103253462
9.	Franklin Ortiz Hidalgo	Litoral Sur C.I.: 0918081480
10.	Angela Barragán Ozaeta	Manabí C.I.: 1306597863

**3er. Premio: \$10.000 cada uno**

Exigiendo tus comprobantes de venta  
**Ganas tú, ganamos todos!**

**SRI**  
...le hace bien al país!

**LA REVOLUCION**  
CIUDADANA ESTA EN MARCHA

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Fuente: Departamento de Comunicación SRI

Anexo 3.4

Banner utilizado en el quinto sorteo

**LOTERÍA TRIBUTARIA**

Participa en el sorteo y gana  
**\$60.000**

Además gana

\$37.500  
2da. Premio

\$10.000  
3ra. Premio

Exigiendo tus comprobantes de venta  
**Ganas tú,  
ganamos todos!**

Consulta las bases del concurso en: [www.SRI.gov.ec](http://www.SRI.gov.ec)

**SRI**  
...le hace bien al país!

LA REVOLUCION CIUDADANA  
ESTA EN MARCHA

GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DE COLOMBIA

Fuente: Departamento de Comunicación SRI

Anexo 3.5

Volantes con las bases del concurso distribuidos en el quinto sorteo

Fuente: Departamento de Comunicación SRI

### Anexo 3.6

#### Volantes con las bases del concurso distribuidos en el sexto sorteo

**Bases del Sexto Sorteo**

- Podrán participar en los sorteos de la Lotería Tributaria las personas naturales que reúnan el número de comprobantes de venta elegibles, según lo determina la resolución No. NAC-DGER2008-0570, publicada en el Registro Oficial No. 346 del 27 de mayo de 2008 y sus reformas.
- No podrán participar en la Lotería Tributaria los funcionarios y empleados del Servicio de Rentas Internas.
- Se consideran comprobantes de venta elegibles para el sorteo los originales de facturas, notas de venta y tickets de máquinas registradoras que contengan los requisitos establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención, que cuenten con la respectiva autorización y que hayan sido emitidos válidamente dentro del respectivo periodo de concurso: desde el 11 de junio de 2010 hasta el 21 de diciembre de 2010.
- Los participantes deberán depositar un sobre con sus datos personales (nombre, número de cédula, ciudad de residencia, dirección y número telefónico) y los originales de cinco (5) comprobantes de venta elegibles en las oficinas que el Servicio de Rentas Internas distribuya en sus agencias a nivel nacional y en las sucursales de Correos del Ecuador.
- Si los comprobantes de venta se encuentran emitidos a nombre de un tercero, se entiende que quien participó lo hizo con el consentimiento de aquel, por lo que el Servicio de Rentas Internas no se responsabiliza por cualquier perjuicio que se hubiese ocasionado con dicha participación.
- Los premios del quinto sorteo serán los siguientes:
  - Primer premio: US\$ 60.000,00
  - Segundo premio: US\$ 37.500,00
  - Tercer premio: 8 premios individuales de: US\$ 10.000,00 cada uno.
- Previo solicitud expresa de los ganadores, la Dirección Nacional Financiera del Servicio de Rentas Internas, en un plazo no mayor de 15 días hábiles, contados desde que el ganador presente su solicitud y se identifique debidamente, realizará la entrega de los premios correspondientes, en la cuenta de ahorros o corriente de la cual el ganador sea titular y haya solicitado el crédito del premio en la misma.
- Los sobres se podrán depositar, sin excepción alguna, en las oficinas ubicadas en las agencias del SRI y en las sucursales de Correos del Ecuador, hasta las 16h30 del 21 de diciembre de 2010.
- Se realizarán 2 sorteos:
  - El lunes 27 de diciembre de 2010, que se celebrará en cada una de las 8 Direcciones Regionales del SRI a nivel nacional, donde se sortearán los 8 premios individuales de: US\$ 10.000,00.
  - El día viernes 31 de diciembre de 2010, se realizará el sorteo del primer y segundo premios de US\$ 60.000,00 y de US\$ 37.500,00 respectivamente. La transmisión por televisión será el día 31 de diciembre de 2010.
- No existe límite en el número de participaciones por cada persona ni se requiere que los comprobantes de venta sean emitidos a nombre del participante. Sin embargo, si los mismos van a ser utilizados como sustento de costos, gastos o crédito tributario, no deben ser enviados al sorteo puesto que la Administración Tributaria dispondrá de dichos documentos y no procederá a su devolución. La presentación de comprobantes de venta en el sorteo no justifica la falta de respaldo físico del costo, gasto o crédito tributario.
- Los ganadores tendrán derecho a reclamar los premios hasta 6 meses calendario después de la publicación en la prensa de los resultados del quinto sorteo de la Lotería Tributaria. Transcurrido este plazo, para dar cumplimiento a lo dispuesto por la Ley de Creación de Fondos para el Desarrollo de la Infancia, el Comité de Sorteos dispondrá que los premios no reclamados sean entregados al Ministerio de Gobierno, Cultos, Policía y Municipalidades. En caso de premios en numerario, estos serán depositados en la cuenta especial respectiva, del Banco Central del Ecuador.
- El Servicio de Rentas Internas actuará como agente de retención del 15% sobre el total de los premios, conforme lo determina el numeral 8 del artículo 8 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el artículo 49 del Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.
- Para efectos de participación en el sorteo, los concursantes dan por conocido el contenido de la resolución NAC-DGER2008-0570 que crea la lotería tributaria, sus correspondientes reformas y las bases del sexto sorteo, las mismas que se encuentran publicadas en el portal del Servicio de Rentas Internas, [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
- El SRI podrá utilizar la imagen de los ganadores en publicidad de la Lotería Tributaria.

[www.SRI.gob.ec](http://www.SRI.gob.ec)

LA REVOLUCIÓN CIUDADANA ESTA EN MARCHA

COMISIÓN NACIONAL DEL ELECTORADO

Fuente: Departamento de Comunicación SRI

Anexo 3.7

Afiche promocional con las bases del séptimo sorteo de la Lotería Tributaria

**Bases del Séptimo Sorteo de Lotería Tributaria** [www.SRI.gob.ec](http://www.SRI.gob.ec)

Con la **LOTERÍA TRIBUTARIA** todos ganamos más

**1er. Premio**

**\$130.000**

\$75.000 \$30.000 \$10.000 \$5.000

1. Podrán participar en los sorteos de la Lotería Tributaria las personas naturales que reúnan el número de comprobantes de venta de bienes, según lo determine la resolución No. 005-0232009-0376, publicada en el Registro Oficial No. 346 del 27 de mayo de 2009 y sus reformas.
2. No podrán participar en la Lotería Tributaria los funcionarios, servidores y empleados del Servicio de Rentas Internas.
3. Se considerarán comprobantes de venta de bienes para el sorteo los originales de facturas, notas de venta y tickets de máquinas registradoras que cumplan con las requisitos mínimos indicados en los artículos 19 y 23 del Reglamento de Comprobantes de Venta, Retenciones y Documentos Complementarios, que cuenten con la respectiva autenticación y que hayan sido emitidos válidamente dentro del respectivo período de vigencia, esta es, 22 de diciembre de 2010 hasta el 21 de noviembre de 2011 para el séptimo sorteo.
4. Los participantes deberán depositar un sobre con los registros mínimos que son nombres, número de ciudad, y número telefónico, además de requisitos adicionales como son ciudad de residencia y dirección, y los nombres de cinco (5) comprobantes de venta de bienes en las loterías que el Servicio de Rentas Internas distribuya en sus agencias a nivel nacional. Para el caso de menores de edad, los datos que se deberán colocar en el sobre son los de su representante legal.
5. Si los comprobantes de venta se encuentran emitidos a nombre de un tercero, se entenderá que quien participó lo hizo con el consentimiento de aquel, por lo que el Servicio de Rentas Internas no se responsabiliza por cualquier perjuicio que se hubiere ocasionado con dicha participación.
6. Los premios del séptimo sorteo serán los siguientes:
  - Primer premio: \$ 130.000,00 USD.
  - Segundo premio: \$ 75.000,00 USD.
  - Tercer premio: \$ 30.000,00 USD.
  - Cuarto premio: 9 Premios Individuales de: \$ 10.000,00 USD cada uno.
  - Quinto premio: 8 Premios Individuales de: \$ 5.000,00 USD cada uno.
7. Previo solicitud expresa de los ganadores, la Dirección Nacional Financiera del Servicio de Rentas Internas, en un plazo no mayor de 15 días calendario, comunicará a los ganadores la existencia de los premios y se comprometerá a realizar la entrega de los premios correspondientes, en la cuenta de ahorros o corriente de la cual el ganador sea titular y/o titular de crédito del premio en la misma.
8. Los sobres se podrán depositar, sin excepción alguna, en las loterías ubicadas en las agencias del SRI, hasta las 16:30 del 21 de noviembre de 2011 para el séptimo sorteo.
9. Se realizará el sorteo el primer día de Jueves 24 de noviembre de 2011, que se celebrará en cada una de las 11 Direcciones Regionales del SRI a nivel nacional, así se sortarán los premios individuales de: \$ 10.000,00 USD y 9 premios individuales de: \$ 5.000,00 USD. Puntualmente, el día Jueves 1 de diciembre de 2011, se realizará el sorteo de primer, segundo y tercer premios de: \$130.000,00 USD, \$75.000,00 USD y \$30.000,00 USD respectivamente.
10. No existe límite en el número de participaciones por cada persona ni se requiere que los comprobantes de venta sean emitidos a nombre del participante. Sin embargo, si los mismos van a ser utilizados como soporte de cargo, garantía o crédito tributario, no deben ser enviados al sorteo puesto que el Administrador Tributario dispondrá de dichos documentos y no procederá a su devolución. La presentación de comprobantes de venta en el sorteo no justifica la falta de respaldo físico del cargo, cuota o crédito tributario.
11. Los ganadores tendrán derecho a reclamar los premios hasta 6 meses calendario después de la publicación en la prensa de los resultados del séptimo sorteo de la Lotería Tributaria. Transcurrido este plazo, para dar cumplimiento a lo dispuesto por la Ley de Creación de Fondos para el Desarrollo de la Tributación, el Comité de Servicio dispondrá que los premios no reclamados sean entregados al Ministerio del Interior, Cobos, Policía y Municipalidades. En caso de premios no reclamados, estos serán depositados en la cuenta especial respectiva, del Banco Central del Ecuador.
12. El Servicio de Rentas Internas aplicará como agente de retención del 13% de impuesto a la Renta, sobre el valor de cada premio entregado, conforme lo establece el literal c) del artículo 34 de la Ley de Regimen Tributario Interno.
13. Para efectos de participación en el sorteo, los usuarios que por concepto del contenido de la resolución 005-0232009-0376 que crea la Lotería Tributaria, sus correspondientes reformas y las bases del séptimo sorteo, los mismos que se encuentran publicados en el portal del Servicio de Rentas Internas, [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
14. El SRI podrá utilizar la imagen de los ganadores en publicidad y promoción de la Lotería Tributaria.











Anexo 3.8

Banner promocional octavo sorteo de la Lotería Tributaria

Con la  
**LOTERÍA TRIBUTARIA**  
todos ganamos más

Yo ya gané  
y ahora tú también puedes ganar

1er. Premio  
**\$60.000**

2da. Premio  
**\$37.500**

8 Premios de  
3er. Premio  
**\$10.000**

Haz como yo, exige tus comprobantes de venta ¡Participa y gana!

Julia Pineda ganadora del Primer Premio del 7mo gran sorteo.

Avanzamos Patria!  
SRI  
...le hace bien al país!

Fuente: Departamento de Comunicación SRI

### Anexo 3.9

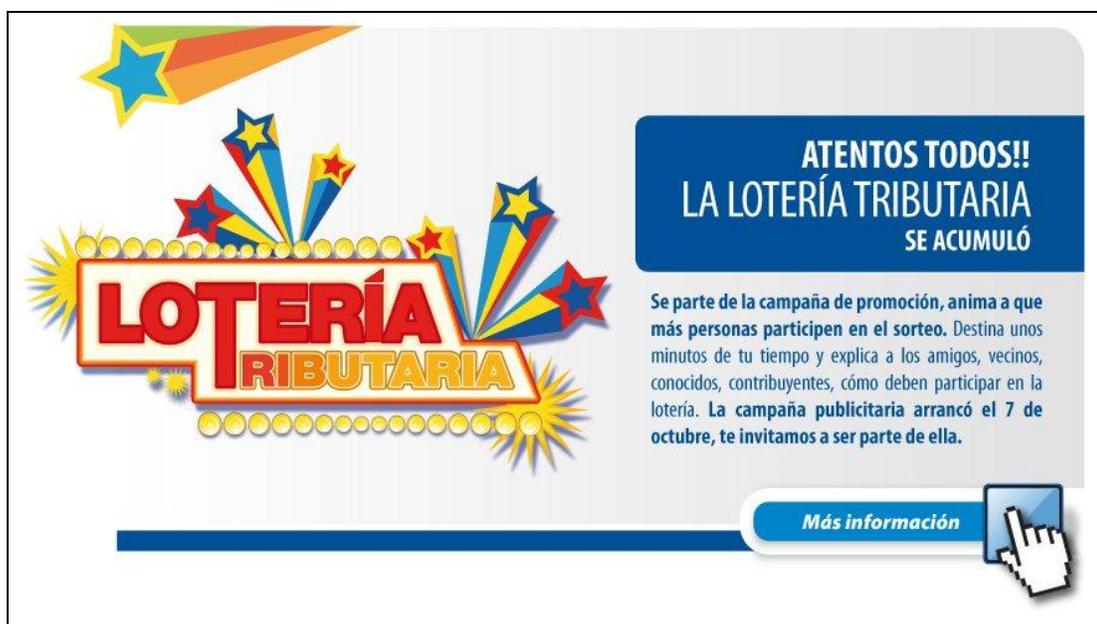
Sobre promocional para receptor los comprobantes de venta

Sobre A6



### Anexo 3.10

Link de comunicación interna para funcionarios aplicado en la octava edición



Fuente: Departamento de Comunicación SRI

## Anexo 4

## Datos informativos y estadísticos de la Lotería Tributaria

## Anexo 4.1

## Cuadro de premios establecidos en las ediciones de la Lotería Tributaria

Edición del sorteo	Premios Regionales		Sorteo Nacional			Presupuesto utilizado en premios	Fuente
	Segundo Premio	Primer Premio	Tercer Premio	Segundo Premio	Primer Premio		
1		5.000,00	10.000,00	25.000,00	50.000,00	120.000,00	Servicio de Rentas Internas. Bases del primer sorteo de Lotería Tributaria. 2008
2		7.500,00	15.000,00	35.000,00	75.000,00	177.500,00	Explored. Nueva edición de la Lotería Tributaria se sortea hoy. 20 dic. 2008. 02 marzo 2008. <a href="http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/nueva-edicion-de-loteria-tributaria-se-sortea-hoy-324743.html">http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/nueva-edicion-de-loteria-tributaria-se-sortea-hoy-324743.html</a>
3		7.500,00	15.000,00	35.000,00	75.000,00	177.500,00	El Diario. Tercer sorteo de Lotería Tributaria. 10 junio 2009. 02 marzo 2013. <a href="http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/121670-tercer-sorteo-de-loteria-tributaria/">http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/121670-tercer-sorteo-de-loteria-tributaria/</a>
4*		10.000,00		37.500,00	60.000,00	177.500,00	El Mercurio. Cuarta edición de la Lotería Tributaria. 18 nov. 2009. 02 marzo 2013. <a href="http://www.elmercurio.com.ec/222118-cuarta-edicion-de-la-loteria-tributaria.html">http://www.elmercurio.com.ec/222118-cuarta-edicion-de-la-loteria-tributaria.html</a>
5		10.000,00		37.500,00	60.000,00	177.500,00	El Mercurio. Lotería Tributaria entra en su quinta convocatoria. 11 feb. 2010. 02 marzo 2013. <a href="http://www.elmercurio.com.ec/230968-loteria-tributaria-entra-en-su-quinta-convocatoria.html">http://www.elmercurio.com.ec/230968-loteria-tributaria-entra-en-su-quinta-convocatoria.html</a>
6		10.000,00		37.500,00	60.000,00	177.500,00	El Mercurio. Convocan a VI Sorteo de Lotería Tributaria. 17 dic 2010. 02 marzo 2013. <a href="http://www.elmercurio.com.ec/262879-convocan-a-vi-sorteo-de-loteria-tributaria.html">http://www.elmercurio.com.ec/262879-convocan-a-vi-sorteo-de-loteria-tributaria.html</a>
7	5.000,00	10.000,00	30.000,00	75.000,00	130.000,00	355.000,00	Puyo Gaceta.com. Quedan cuatro semanas para Lotería Tributaria. 22 oct. 2011. 02 marzo 2013. <a href="http://www.puyogaceta.com/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=540:quedan-cuatro-semanas-para-loteria-tributaria&amp;catid=11:comercio&amp;Itemid=10">http://www.puyogaceta.com/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=540:quedan-cuatro-semanas-para-loteria-tributaria&amp;catid=11:comercio&amp;Itemid=10</a>
8		10.000,00		37.500,00	60.000,00	177.500,00	Servicio de Rentas Internas. Bases del sorteo de Lotería Tributaria 2012. 2012
9		5.000,00		10.000,00	30.000,00	80.000,00	Servicio de Rentas Internas. Noveno sorteo de Lotería Tributaria primer semestre 2013.
10		10.000,00		37.500,00	60.000,00	177.500,00	Servicio de Rentas Internas. Bases del sorteo de Lotería Tributaria segundo sorteo 2013.

\* A partir de la cuarta edición se incluyó para el sorteo regional a la Regional Norte, siendo un total de 8 regionales.

Elaboración: La autora

**Anexo 4.2**

Detalle de las campañas, fechas, agencia y presupuesto.

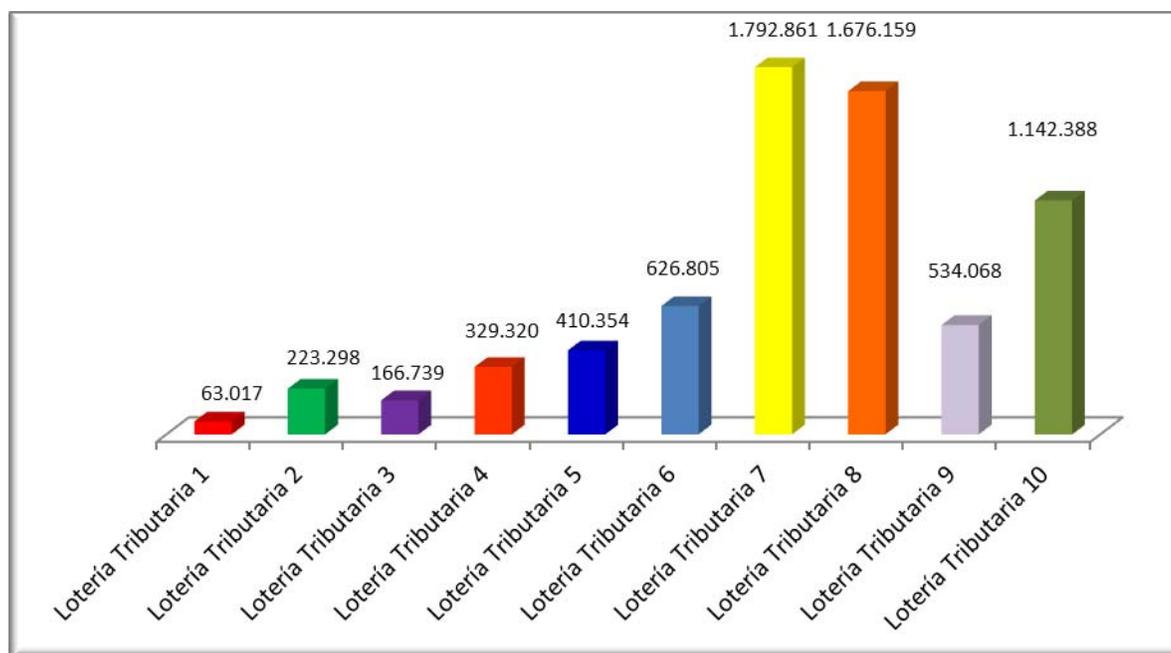
<b>Campaña</b>	<b>Fechas de la Campaña</b>	<b>Agencia de Publicidad</b>	<b>Presupuesto USD</b>	<b>Fuente</b>
Lotería Tributaria 1	29 mayo al 29 jun. 2008	MCV PUBLICIDAD CÍA. LTDA.	294.941,87	Informe Lotería Tributaria 2011, Departamento de Comunicación
Lotería Tributaria 2	17 nov. al 29 dic. 2008	MCV PUBLICIDAD CÍA. LTDA.		
Lotería Tributaria 3	1 al 29 junio 2009	MCV PUBLICIDAD CÍA. LTDA.	187.615,19	Informe Lotería Tributaria 2011, Departamento de Comunicación
Lotería Tributaria 4	10 nov. al 10 dic. 2009	ONIERT S. A.	199.538,51	Informe Lotería Tributaria 2011, Departamento de Comunicación
Lotería Tributaria 5	17 may. al 28 jun. 2010	MAYO PUBLICIDAD	133.714,57	Informe Lotería Tributaria 2011, Departamento de Comunicación
Lotería Tributaria 6	1 dic. 2010 al 7 ene. 2011	MCV PUBLICIDAD CÍA. LTDA.	117.433,01	Informe Lotería Tributaria 2011, Departamento de Comunicación
Lotería Tributaria 7	7 oct. al 20 nov. 2011	PUBLIPOINT C.A.	348.818,84	Resumen ejecutivo de los contratos de Régimen Especial 2011 SRI, enero 2012
Lotería Tributaria 8	05 oct. al 14 dic. 2012	McCann Erickson Ecuador Publicidad	117.433,01	Resumen ejecutivo de los contratos de Régimen Especial 2012 SRI, enero 2013

Elaboración: La autora.

**Anexo 4.3**

## Estadísticas de recepción de sobres a nivel nacional

Edición del sorteo	Sobres receptados
Lotería Tributaria 1	63.017
Lotería Tributaria 2	223.298
Lotería Tributaria 3	166.739
Lotería Tributaria 4	329.320
Lotería Tributaria 5	410.354
Lotería Tributaria 6	626.805
Lotería Tributaria 7	1.792.861
Lotería Tributaria 8	1.676.159
Lotería Tributaria 9	534.068
Lotería Tributaria 10	1.142.388

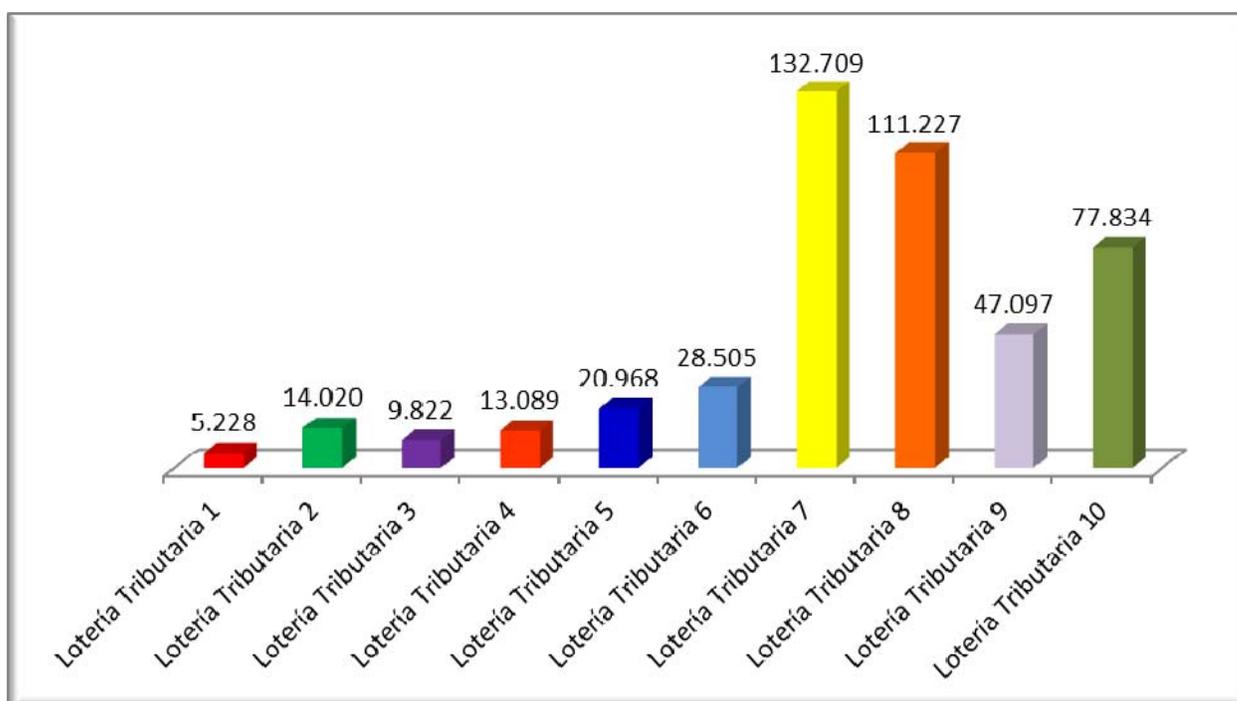
**Cuadro de recepción de sobres por sorteo a nivel nacional**

Fuente: Base de datos Departamento de Comunicación.  
Elaboración: La autora

**Anexo 4.4**

Estadísticas de recepción de sobres en la ciudad de Cuenca

Edición del sorteo	Sobres receptados
Lotería Tributaria 1	5.228
Lotería Tributaria 2	14.020
Lotería Tributaria 3	9.822
Lotería Tributaria 4	13.089
Lotería Tributaria 5	20.968
Lotería Tributaria 6	28.505
Lotería Tributaria 7	132.709
Lotería Tributaria 8	111.227
Lotería Tributaria 9	47.097
Lotería Tributaria 10	77.834

**Cuadro de recepción de sobres por sorteo en la Ciudad de Cuenca**

Fuente: Base de datos Departamento de Comunicación.  
Elaboración: La autora

## Anexo 5 Recaudación de Impuestos

### Anexo 5.1

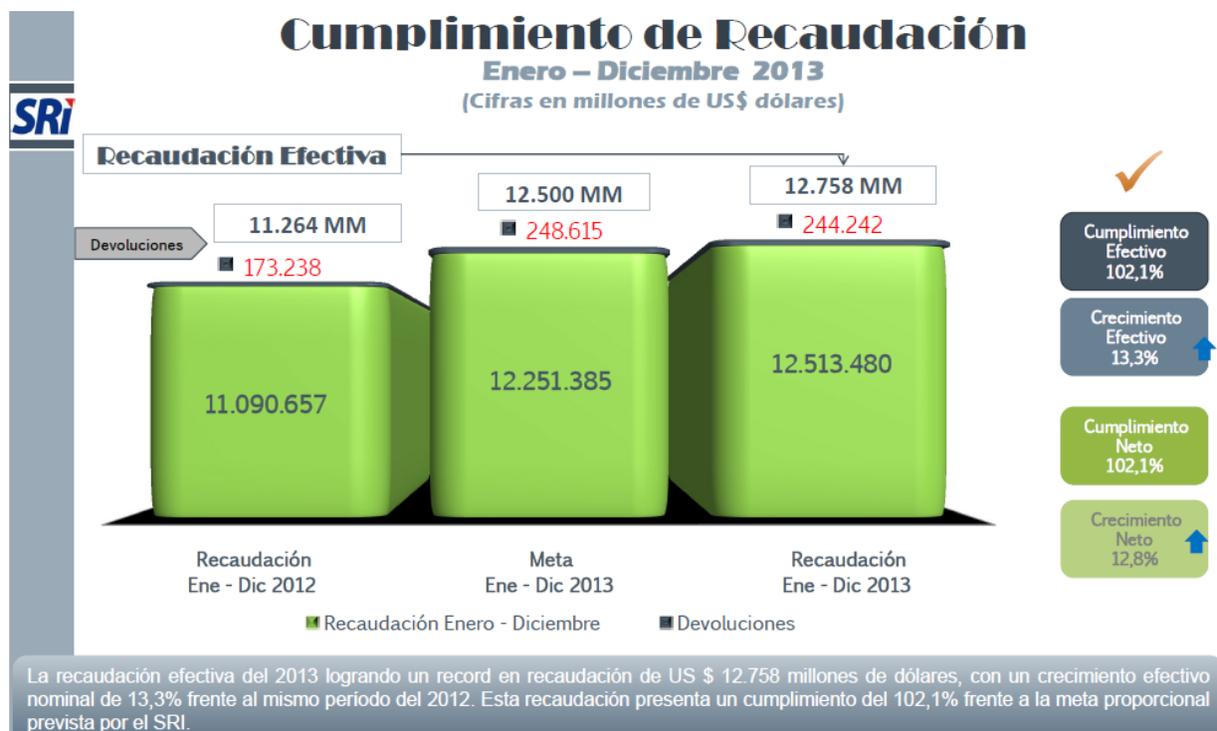
Total Recaudación Efectiva 2000-2013



Fuente: Informe Mensual de Recaudación, diciembre 2013  
Elaboración: Dirección Nacional de Planificación y Coordinación

## Anexo 5.2

### Recaudación Efectiva Enero-Diciembre 2013



Fuente: Informe Mensual de Recaudación, diciembre 2013

Elaboración: Dirección Nacional de Planificación y Coordinación