

ÍNDICE GENERAL

	<u>Páginas</u>
AGRADECIMIENTOS.....	13
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPITULO 1. LOS ENFOQUES DE ANÁLISIS DE LA EVASIÓN FISCAL COMO APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO IRREGULAR EN LA EMPRESA	25
1.1. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL.....	25
1.1.1. Economía irregular y comportamiento irregular en la empresa	25
1.1.2. Enfoques en el análisis del comportamiento irregular	31
1.1.3. El comportamiento irregular como un problema de decisión: aproximación a través de los enfoques de la evasión fiscal	34
1.2. EL ENFOQUE TRADICIONAL DE LA EVASIÓN FISCAL	37
1.2.1. Fundamentos teóricos iniciales basados en la Teoría de la Utilidad Esperada	38
1.2.2. Evidencia empírica	41
1.2.2.1. Modelos econométricos.....	41
1.2.2.2. Estudios sobre actitudes de los contribuyentes	46
1.2.2.3. Economía experimental.....	52
1.2.2.4. Enseñanzas aportadas por la evidencia empírica: la insuficiencia del enfoque tradicional en la explicación de la evasión fiscal	58
1.3. DESARROLLOS ACTUALES. LA INCORPORACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS DE MOTIVACIÓN.....	59
1.3.1. Extensiones del enfoque tradicional.....	60
1.3.2. Explicaciones alternativas y complementarias al enfoque tradicional.....	68
1.3.2.1. La teoría prospectiva	69
1.3.2.2. Teoría de la equidad	72
1.3.2.3. Teoría de la confianza.....	76
1.3.2.4. Moral fiscal y “motivation crowding theory”	79
1.4. LA PREDISPOSICIÓN COMO VARIABLE EXPLICATIVA DEL COMPORTAMIENTO IRREGULAR	85
CAPITULO 2. TEORÍA DE LA EMPRESA Y EVASIÓN FISCAL. PROPUESTA DE UN ENFOQUE ORGANIZATIVO.....	91
2.1. DESARROLLOS TEÓRICOS INICIALES BASADOS EN EL ENFOQUE TRADICIONAL: UNA EXTENSIÓN DE LOS ANÁLISIS DEL CONTRIBUYENTE INDIVIDUAL.....	91

2.2. DESARROLLOS TEÓRICOS RECIENTES.....	97
2.3. LA EVIDENCIA EMPÍRICA SOBRE CUMPLIMIENTO FISCAL EN LA EMPRESA.....	102
2.4. APORTACIONES DE LA TEORÍA DE LA EMPRESA AL ANÁLISIS DE LA PROPENSIÓN AL COMPORTAMIENTO IRREGULAR.....	113
2.4.1. La necesidad de un enfoque organizativo.....	113
2.4.2. Las diferentes aportaciones de la Teoría de la Empresa.....	118
2.4.3. La definición de un modelo de empresa para el estudio del comportamiento irregular.....	131
2.4.4. Recursos y capacidades en el comportamiento irregular.....	134
2.4.4.1. El capital organizativo.....	134
2.4.4.2. El capital humano.....	137
2.4.4.3. El capital relacional.....	139
2.4.4.4. Los recursos tangibles: El capital tangible y tecnológico.....	142
2.4.5. Los recursos y capacidades como determinantes de la propensión de la empresa al comportamiento irregular.....	143
2.5. LOS MODELOS DE EVALUACIÓN DE ACTITUDES COMO MEDIO DE APROXIMACIÓN AL ANÁLISIS DE LA PROPENSIÓN AL COMPORTAMIENTO IRREGULAR.....	146
CAPITULO 3. DEFINICIÓN DEL MODELO EXPLICATIVO DE LA PROPENSIÓN AL COMPORTAMIENTO IRREGULAR Y PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS.....	153
3.1. MARCO TEÓRICO.....	153
3.1.1. El comportamiento irregular como un proceso de decisión bietápico: propensión y elección.....	153
3.1.2. Aportaciones del enfoque organizativo al estudio de la propensión al comportamiento irregular en la empresa.....	156
3.1.3. La intención de comportamiento como aproximación a la propensión al comportamiento irregular.....	158
3.1.4. Bases para la definición del modelo a estimar.....	160
3.2. DEFINICIÓN DEL MODELO E HIPÓTESIS.....	162
3.2.1. Modelo Propuesto.....	162
3.2.2. Hipótesis generales.....	164
3.2.2.1. Hipótesis sobre la organización.....	164
3.2.2.2. Hipótesis sobre los antecedentes de la propensión.....	165
3.2.2.3. Hipótesis sobre las relaciones mediadoras de la propensión.....	167
3.2.3. Hipótesis particulares.....	169
3.2.3.1. Hipótesis particulares sobre la relación entre los antecedentes de la propensión y la propensión.....	170
3.2.3.2. Hipótesis particulares sobre la relación entre los recursos de la empresa y los antecedentes de la propensión.....	171

CAPITULO 4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	173
4.1. OBJETIVOS Y PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	173
4.2. EL MÉTODO DE ANÁLISIS. USO DE MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES (SEM) PARA EL CONTRASTE DE HIPÓTESIS.....	175
4.3. CARACTERIZACIÓN DEL ESCENARIO DE LA INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR DE SERVICIOS POSVENTA DEL AUTOMÓVIL.....	177
4.3.1. La cadena de valor: jerarquía y fragmentación	179
4.3.2. Factores externos que marcan un nuevo entorno competitivo.	183
4.3.3. Cambio en la estrategia y estructura: nuevo modelo de organización basado en redes	185
4.4. FUENTES DE INFORMACIÓN	189
4.4.1. Población y muestra	190
4.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y ESCALAS DE MEDIDA	199
CAPITULO 5. CONTRASTE DE HIPÓTESIS Y RESULTADOS.....	221
5.1. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE ESCALAS E INSTRUMENTOS DE MEDIDA	221
5.1.1. Escala de los factores de la organización	224
5.1.2. Escalas de los componentes de la cultura fiscal	230
5.2. CONTRASTE DE HIPÓTESIS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	235
5.2.1. Síntesis del modelo propuesto	235
5.2.2. Modelización competitiva. Norma social y control comportamental como variables exógenas	239
5.2.3. Consideraciones previas al ajuste	242
5.2.4. Los determinantes de la propensión a la realización de prácticas irregulares....	244
5.2.4.1. Elección del modelo	244
5.2.4.2. Análisis de resultados. Los determinantes de la propensión a realizar prácticas irregulares	248
CAPITULO 6. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES.....	255
BIBLIOGRAFÍA	265
ANEXOS.....	285