



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría CPA.**

Tema:

“El impuesto a los consumos especiales y la rentabilidad de las empresas distribuidoras de las bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua, en el año 2015.”

Autora: Quispe Villacrés, Cynthia Daniela

Tutor: Dr. Mayorga Morales, Tito Patricio

Ambato- Ecuador

2016

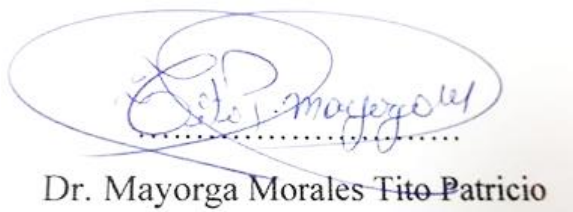
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Mayorga Morales Tito Patricio, con cédula de ciudadanía N° 180256768-3, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación con el tema: **“EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, EN EL AÑO 2015.”**, desarrollado por Cynthia Daniela Quispe Villacrés de la carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero dicho trabajo de investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Octubre del 2016

EL TUTOR



Dr. Mayorga Morales Tito Patricio


C.I. 180256768-3

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Cynthia Daniela Quispe Villacrés, con cédula de ciudadanía N°180466312-6, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, EN EL AÑO 2015.”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y resultados son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autora de este proyecto de investigación.

Ambato, Octubre del 2016

AUTORA



.....
Cynthia Daniela Quispe Villacrés

CI: 180466312-6

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Octubre del 2016

AUTORA



.....
Cynthia Daniela Quispe Villacrés

CI: 180466312-6


APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: “**EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, EN EL AÑO 2015.**”, elaborado por Cynthia Daniela Quispe Villacrés, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Octubre del 2016



.....
Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE



.....
Dr. Joselito Naranjo
MIEMBRO CALIFICADOR



.....
Ing. Ernesto Jara
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

"La única vez que se debe mirar hacia atrás en la vida, es para ver lo lejos que hemos llegado."

Todo el esfuerzo que he puesto durante este tiempo y la dedicación ha sido por razones fundamentales y por personas que siempre han estado a mi lado, no hay duda que el único límite que existe en una persona está en la mente y los obstáculos es donde Dios mide la capacidad de cada uno para superarlo.

Cynthia Daniela Quispe Villacrés

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de compartir un triunfo junto a mis padres Edison y María que hemos anhelado desde que ingrese a esta universidad, sé que ellos se esfuerzan todos los días para que sea una persona llena de logros y aprenda a ser perseverante durante el camino, a mi hermano Pablo por ser un apoyo y Dante por ser esa compañía.

La Universidad Técnica de Ambato ha sido una experiencia inolvidable por todas las cosas que he pasado y he aprendido como persona y profesional, cinco años de lucha para llegar a una meta y por enseñarme que el conformismo es parte de la mediocridad.

Cynthia Daniela Quispe Villacrés

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA CONTABILIDADY AUDITORIA

TEMA: “EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, EN EL AÑO 2015.”

AUTORA: Cynthia Daniela Quispe Villacrés

TUTOR: Dr. Tito Patricio Mayorga Morales

FECHA: Octubre del 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de investigación busca resolver el problema generado por los cambios en la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales, relacionados con la disminución de la Rentabilidad de las Empresas distribuidoras de Bebidas Alcohólicas, provocando variaciones en el costo de adquisición por parte de los intermediarios. Pero las causas principales detectadas han sido especulaciones de los precios por parte de los productores, el apareamiento de las salvaguardias en vigencia a partir del año 2015 que ha ido frenando las importaciones ya que los importadores tienen un cupo limitado por año, pero todo esto ha conllevado que los mediadores reajusten su nómina de empleados y se dediquen a la adquisición de productos nacionales. Pero la demanda del mercado no desea en su totalidad comprar productos hechos en el país y se van por el contrabando a menor costo y llegando al consumidor final con un precio mínimo a lo que se vende en licorerías. El aporte que tiene este tema es indicar el impacto que tiene un impuesto progresivo en productos importados y la disminución de la utilidad en empresas tanto como productos y distribuidoras con la ayuda de indicadores financieros para un mejor entendimiento y estableciendo un análisis financiero.

PALABRAS DESCRIPTORAS: IMPUESTOS A LOS CONSUMOS ESPECIALES, RENTABILIDAD, BEBIDAS ALCOHOLICAS, INDICADORES FINANCIEROS, ESTADO DE RESULTADOS.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER

TOPIC: "THE TAX ON SPECIAL CONSUMPTION AND THE PROFITABILITY OF THE DISTRIBUTORS OF ALCOHOLIC BEVERAGES IN THE PROVINCE OF TUNGURAHUA, IN 2015."

AUTHOR: Cynthia Daniela Quispe Villacrés

TUTOR: Dr. Tito Patricio Mayorga Morales

DATE: October 2016

ABSTRACT

The research project seeks to solve the problem caused by changes in the rules of the Tax Special Consumption, related to the declining profitability of the distribution companies Alcoholic Beverages, causing variations in the cost of acquisition by intermediaries. But the main causes identified have been speculations of prices by producers, the appearance of safeguards in effect from 2015 that has been holding back imports as importers have limited per year quota, but this has led mediators readjust their payroll and engaged in the purchase of domestic products. But the market demand do not want to entirely buy products made in the country and go for smuggling at lower cost and reaching the end consumer with a minimum price at which it is sold in liquor stores. The contribution of this subject is to indicate the impact of a progressive tax on imported products and decreased utility companies as well as products and distributors with the help of financial indicators for better understanding and establishing a financial analysis.

KEYWORDS: TAX SPECIAL CONSUMPTION, PROFITABILITY, ALCOHOLIC DRINKS, FINANCIAL INDICATORS, INCOME STATEMENT.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACION DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Descripción y formulación del problema.....	3
1.1.1 Descripción y contextualización.....	3
1.1.2 Formulación y Análisis crítico	10
1.2 Justificación	11
1.3 Objetivos.....	12
1.3.1 Objetivo general	12
1.3.2 Objetivos específicos.....	12

CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1 Antecedentes Investigativos	13
2.2 Fundamentación científico- técnica.....	17
2.2.1 Superordinación Conceptual.....	17
2.2.2 Subordinación de la Variable Independiente	18
2.2.3 Subordinación de la Variable Dependiente.....	19
2.2.3 Conceptos categorías fundamentales.....	20
2.2.3.1 Variable Independiente.....	20
2.2.3.1.1 Impuesto a los consumos especiales	20
2.2.3.1.1.1 Hecho generador.....	20
2.2.3.1.1.2 Formas de imposición.....	21
2.2.3.1.1.3 Base imponible	21
2.2.3.1.1.4 Sujetos Pasivos y Tarifa.....	23
2.2.3.1.1.5 Exenciones.....	23
2.2.3.1.1.6 Declaración y Liquidación del ICE.....	24
2.2.3.1.2 Impuestos indirectos	24
2.2.3.1.3 Impuestos	25
2.2.3.2 Variable Dependiente	25
2.2.3.2.1 Rentabilidad	25
2.2.3.2.1.1 Rentabilidad Financiera	26
2.2.3.2.1.2 Rentabilidad Económica	27
2.2.3.2.1.3 Razones de Rentabilidad.....	28
2.2.3.2.2 Indicadores financieros.....	30
2.2.3.2.3 Análisis financieros	30
2.3 Preguntas Directrices Y/O Hipótesis	31
2.3.1 Hipótesis	31

CAPÍTULO III	32
METODOLOGÍA	32
3.1 Modalidad, enfoque y nivel de investigación	32
3.1.1 Modalidad	32
3.1.2 Enfoque	33
3.1.3 Nivel de investigación	33
3.2 Población, muestra y unidad de investigación	34
3.2.1 Población.....	34
3.2.2 Muestra	36
3.2.3 Unidad de investigación	36
3.3 Operacionalización de las variables	36
3.3.1 Variable independiente.....	37
3.3.2 Variable dependiente	38
3.4 Descripción detallada del tratamiento de la información.....	39
3.4.1 Plan de recolección de la información.....	39
3.4.2 Plan de procesamiento de la información	40
CAPÍTULO IV	41
RESULTADOS	41
4.1 Principales Resultados.....	41
4.1.1 Resultados	41
4.1.2 Verificación de la Hipótesis	52
4.1.2.1 Planteamiento de la Hipótesis.....	52
4.1.2.2 Selección del Nivel Significación.....	52
4.1.2.3 Desarrollo del “t” student	53
4.1.2.4 Grados de Libertad	55
4.1.2.5 Cálculo Matemático	55
4.1.2.6 Regla de Decisión.....	56
4.1.2.7 Representación gráfica de t student	57

4.2 Limitaciones del Estudio.....	57
4.3 Conclusiones.....	58
4.4 Recomendaciones.....	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1: Provincias que integran Zona No.3	6
Tabla 2: Valores en efectivo de recaudación en la Zona No.3	6
Tabla 3: Empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en Tungurahua	8
Tabla 4: Recaudación por cantón, de la Provincia de Tungurahua en ICE.....	9
Tabla 5: Distribuidores de bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua	35
Tabla 6: Operacionalización de variable independiente	37
Tabla 7: Operacionalización de variable dependiente	38
Tabla 8: Preguntas básicas para el plan de recolección de la información	39
Tabla 9: Cambios normativos del ICE	41
Tabla 10: Reajuste en nómina de empleados.....	43
Tabla 11: Productos Nacionales e Importados	44
Tabla 12: Contrabando de bebidas alcohólicas	45
Tabla 13: Consumo de las bebidas alcohólicas	46
Tabla 14: Forma de imposición ICE	47
Tabla 15: Precio ex fábrica o ex aduana.....	48
Tabla 16: Importación directa de bebidas alcohólicas.....	49
Tabla 17: Indicadores Financieros	50
Tabla 18: Negocios Rentables.....	51
Tabla 19: Frecuencias observadas.....	53
Tabla 20: Distribución para "t" student	55
Tabla 21: Estados Individuales de Situación Financiera	66
Tabla 22: Estados Individuales de Resultados Integrales	66
Tabla 23: Estados Individuales de Situación Financiera, Análisis Vertical.....	68
Tabla 24: Estados de Resultados Integrales, Análisis Vertical	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1: Impuestos a los consumos especiales de cigarrillos, cerveza, gaseosas y alcohol	5
Gráfico 2: Árbol de Problemas	10
Gráfico 3: Supraordinación-Infraordinación	17
Gráfico 4: Subordinación de Variable Independiente.....	18
Gráfico 5: Subordinación de Variable Dependiente	19
Gráfico 6: Cambios normativos ICE	42
Gráfico 7: Reajuste en nómina de empleados	43
Gráfico 8: Productos Nacionales e Importados	44
Gráfico 9: Contrabando de bebidas alcohólicas	45
Gráfico 10: Consumo de bebidas alcohólicas.....	46
Gráfico 11: Forma de imposición ICE	47
Gráfico 12: Precio ex fábrica o ex aduana.....	48
Gráfico 13: Importación directa de bebidas alcohólicas.....	49
Gráfico 14: Indicadores Financieros	50
Gráfico 15: Negocios Rentables.....	51
Gráfico 16: Representación gráfica de t student.....	57
Gráfico 17: Composición del Activo 2015.....	69
Gráfico 18: Composición del Activo 2014.....	69
Gráfico 19: Composición del Pasivo y Patrimonio 2015.....	70
Gráfico 20: Composición del Pasivo y Patrimonio 2015.....	70
Gráfico 21: Ingresos vs Costos y Gastos 2015	71
Gráfico 22: Ingresos vs Costos y Gastos 2014	71

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de investigación trata de que se resuelva el traba encontrada entre el Impuesto a los Consumos especiales y la rentabilidad de las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en el año 2015, la esencia es que se determine si este tributo progresivo afecta a una empresa que se dedica a ser intermediadora, para en un futuro que se reconsidere que las variaciones en la normativa pueden causar daños internos en las vendedores.

En la parte contable de la empresa para obtener una rentabilidad acorde a las expectativas del dueño es necesario que se aplique índices financieros, que le permita establecer desde rotaciones de inventarios hasta la liquidez que pueden obtener si llegan a la meta de venta establecidas, pero todo esto también depende de la demanda que se tenga y el poder de adquisición, considerando que las importaciones en el año estudiado se puso un tope para bebidas alcohólicas de parte del gobierno, acotando que son bienes dañinos para la salud.

El **Capítulo I** contiene la problemática entre el Impuesto a los Consumos Especiales y la Rentabilidad de las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas, se verá plasmado a través del grafico del Árbol de Problemas y sus causas- efectos de sus respectivas variables dependiente e independiente, como también los objetivos generales y específicos que busca la investigación llegar .

El **Capítulo II** abarca al marco teórico con sus respectivos antecedentes y con las citas de los autores que son apoyos para la investigación, así mismo la hipótesis que será verificada en los próximos secciones.

Para el **Capítulo III**, muestra sus modalidades, enfoque y nivel de investigación, con su respectiva población, para continuar plasmando la operacionalización de sus variables dependientes e independientes.

Finalmente en el **Capítulo IV**, se presenta los resultados de acuerdo a la encuesta dirigida al sector con sus respectivos análisis e interpretación para posteriormente verificar la hipótesis y terminar concluyendo y recomendado de acuerdo al estudio.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción y formulación del problema

1.1.1 Descripción y contextualización

“El Impuesto a los Consumos Especiales y la Rentabilidad de las empresas distribuidoras de las bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua, en el año 2015”

De acuerdo a lo que menciona (Paz & Cepeda, 2015)

IMPUESTOS: Son tributos que cobra el Estado (sujeto activo) a los “contribuyentes” (sujetos pasivos), de manera común, general y obligatoria, y que estos deben pagarlos en virtud de poseer un patrimonio, realizar actividades para recibir rentas o ingresos, o transferir y circular bienes o servicios personales. Hay impuestos nacionales, es decir, obligatorios ante el Estado central, como los que se cobran sobre las rentas, al valor agregado (IVA), a los consumos especiales o a las herencias, legados y donaciones; pero también hay impuestos municipales, como los que se cobran sobre propiedades urbanas y rurales, el de alcabala o sobre los vehículos.(p.44)

Siendo así que los impuestos son una base primordial para la economía en alrededor del mundo, ya sean para países tercermundistas o en vías de desarrollo, tratando así de cubrir con las necesidades que tengan cada uno internamente.

En el Ecuador de acuerdo a su historia tributable, desde 1925 aparece el Impuesto a la Renta con la Misión de Edwin Kemmerer, dicho plan consistía en garantizar una economía estable poniendo en marcha como lo recomendaban, es así que empieza a tener una considerable innovaciones según los criterios de los mandatarios junto a sus ideologías.

En la década de los 80 se pronuncia los aprietos de la deuda externa y por ende hace que el país sufra alteraciones y nuevas reestructuraciones, incluso dando creación al anticipo, que en ese tiempo era el cincuenta por ciento de la Renta del año que pasaba.

Un hecho que marco fue el desaparecimiento de la Dirección General de Rentas en el año 1997, debido a que no existía una cultura tributaria por parte de los contribuyentes y así mismo evadían sus obligaciones existentes.

El 2 de diciembre de 1997 el Servicio de Rentas Internas aparece y su esencia ahora es el regular y recaudar los tributos existentes, y que cada persona cumpla con las obligaciones que tienen con el país, siendo así que ha tenido una participación del 43,2% en el presupuesto anual del gobierno en el año 2015, aumentado un 2,4% para el período a comparación con el anterior que fue el 2014.

Los impuestos actualmente se encuentran divididos en dos clases tales como: los directos que abarcan al Impuesto a la Renta Recaudado (IR) y se subdivide en Retenciones Mensuales, Anticipo al Impuesto a la Renta y los indirectos: El Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) e Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas.

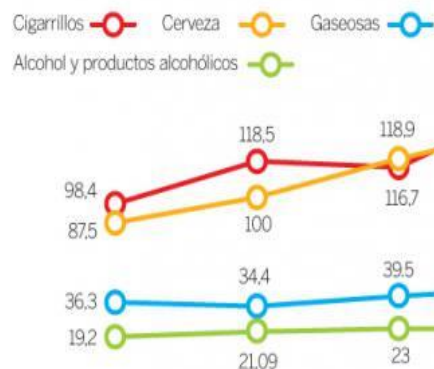
El impuesto a los consumos especiales son aplicados únicamente para los bienes y servicios que han sido traídos desde el exterior, pero que también dañan la salud de quien los consume, su objetivo no es de percepción sino más bien de concientizar el daño que está generando.

De acuerdo a lo que señala el (Universo, 2016)

La recaudación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) para cigarrillos, bebidas alcohólicas, gaseosas y cervezas se duplicó en siete años, según las estadísticas del Servicio de Rentas Internas (SRI). Mientras, lo recaudado en 2008 llegó a \$ 241,4 millones, en 2015 ascendió a \$ 484,9 millones. (p.1)

Impuesto a los consumos especiales de cigarrillos, cerveza, gaseosas y alcohol

EN MILLONES DE DÓLARES • ENTRE 2008 Y 2015



Variación
2008-
2015 (%)

97,76
114,86

61,71
127,08

AÑOS	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
TOTAL	241,4	273,99	298,1	351	392,8	445,6	442,2	484,9	100,87

Gráfico 1: Impuestos a los consumos especiales de cigarrillos, cerveza, gaseosas y alcohol

Fuente: SRI

El Servicio de Rentas Internas para tener un mejor control de los impuestos que se genera a nivel nacional, decidió dividir por zonas, las mismas que cuentan con nueve incluyendo a las Islas Galápagos.

Tomando en cuenta con sus respectivos cantones y parroquias de cada provincia que está incluida en esta zona que se hablara a continuación, la misma que tiene una participación del 12,04 % en tributos:

Tabla 1: Provincias que integran Zona No.3

ZONA 3	CHIMBORAZO	RIOBAMBA
		ALAUSI
		GUANO
		OTROS
	COTOPAXI	LATACUNGA
		LA MANA
		SALCEDO
		OTROS
	PASTAZA	PASTAZA
		MERA
		SANTA CLARA
		ARAJUNO
	TUNGURAHUA	AMBATO
		SAN PEDRO DE PELILEO
		BAÑOS DE AGUA
		SANTA
OTROS		

Fuente: SRI

En el grupo que se encuentra la Provincia de Tungurahua según la estructuración del SRI, por parte del Impuesto a los Consumos Especiales en bebidas alcohólicas, está representado a continuación su desglose:

Tabla 2: Valores en efectivo de recaudación en la Zona No.3

AÑO	CONTRIB.	PROVINCIA	VALOR EFECTIVO
2015	ESPECIAL	Cotopaxi	\$ 3.024.299,75
	OTROS	Chimborazo	\$ 833,90
	OTROS	Cotopaxi	\$ 1.870.161,40
	OTROS	Pastaza	\$ 4.451,49
	OTROS	Tungurahua	\$ 696.513,20

Fuente: SRI

Tomando en cuenta que la provincia con mayor recaudación en la Zona No.3 por Bebidas Alcohólicas es Cotopaxi con un monto de \$ 4.894.461,15 en el año señalado, por otra parte en esa localidad se encuentra la Empresa Alcopesa, que es una de las que aporta mayor tributo y que se dedica a la producción de whisky.

En la provincia de Tungurahua se encuentran las siguientes empresas que se dedican a la distribución de licores:

Tabla 3: Empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en Tungurahua

RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	NUMERO ESTABLECIMIENTO	NOMBRE FANTASIA COMERCIAL
ALTAMIRANO ANDRADE MARIA BEATRIZ		2	
CABASCANGO PEREZ LUZ AMERICA	PACHA MAMA	1	PACHA MAMA
BOLAÑOS NARANJO DIEGO FERNANDO	MEGALICORES	2	DISTRIBUIDORA RB
MESIAS MESIAS EDGAR JORGE JOSELITO		1	
QUISIMALIN GALLO LUIS GILBERTO		3	
FUENTES RAZA JOSE ANIBAL		1	
FIALLOS PARRA GLADYS SUSANA	DISTRIBUIDORA F.F.P.	1	DISTRIBUIDORA F.F.P.
NUÑEZ JORDAN JOSE FRANCISCO		4	OLIMPICO SPORT
VASCONEZ ARELLANO LILIA ALEXANDRA		1	
CORPORACION ECUATORIANA DE LICORES Y ALIMENTOS S.A.	CELYASA	9	CELYASA
GUEVARA VASCO CIA. LTDA.		1	GUEVARA VASCO CIA. LTDA.
PEÑA PAREDES DIEGO MARTIN		2	
GUAPISACA BARONA WILSON MARCELO	LIQUORS AYRTON	1	LIQUORS AYRTON
JURADO VILLACRESES ALEXANDRA ELIZABETH	LICORERA CACIQUE ALVAREZ	1	LICORERA CACIQUE ALVAREZ

Fuente: SRI

Teniendo una recaudación de \$ 696.513,20 en el año 2015 por Bebidas Alcohólicas pero este valor se encuentra dividido por ciertos cantones que tienen mayor población y por ende tendrán mayor participación del impuesto como podrán observar a continuación:

Tabla 4: Recaudación por cantón, de la Provincia de Tungurahua en ICE.

CANTÓN	VALOR EFECTIVO
Ambato	\$ 151.143,34
Mocha	\$ 633,23
Patate	\$ 520.311,75
San Pedro de Pelileo	\$ 24.424,88

Fuente: SRI

1.1.2 Formulación y Análisis crítico

Efectos

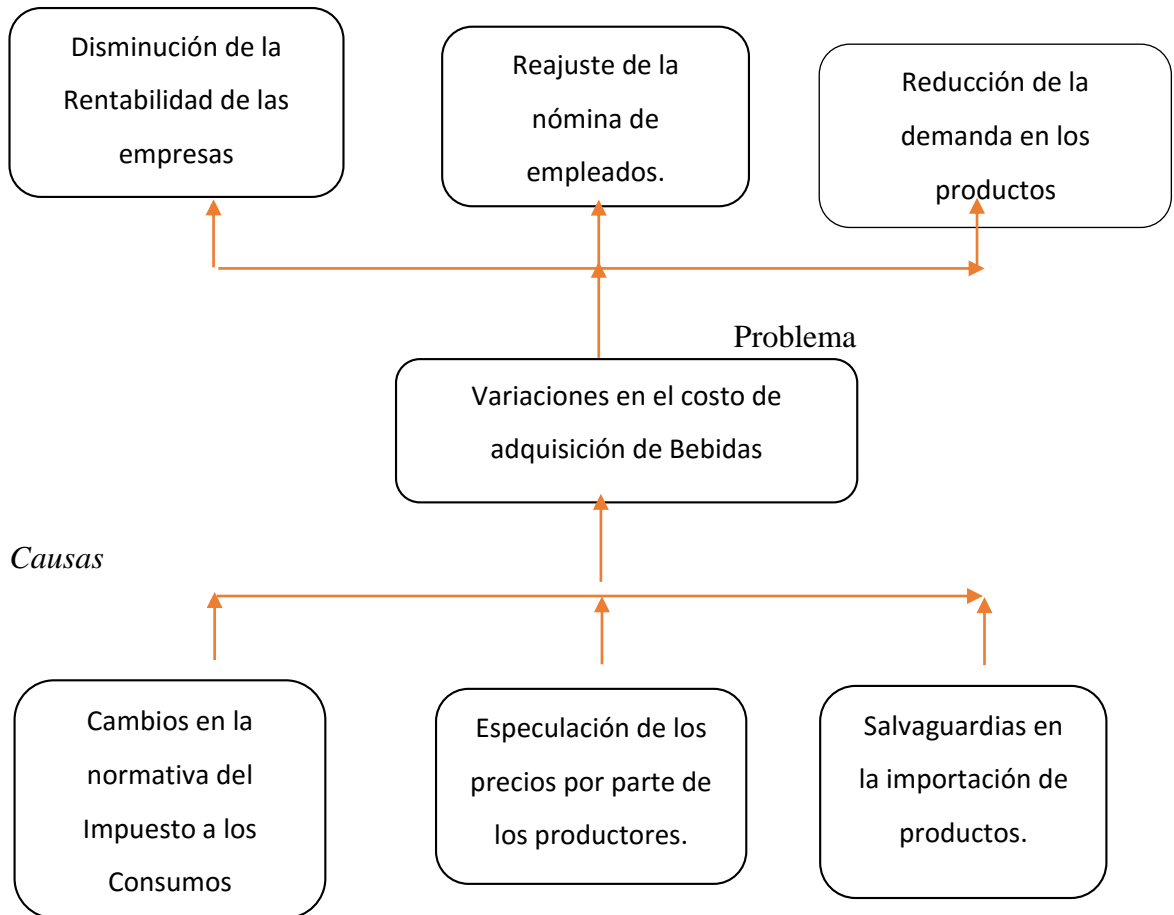


Gráfico 2: Árbol de Problemas

Elaborado por: Daniela Quispe (2016)

Los cambios que han existido en la normativa dentro del país respecto al Impuesto a los Consumos Especiales, ha hecho que se genere variaciones en el costo de adquisición de Bebidas Alcohólicas por parte de los distribuidores, ya que los productores tratan de mantener su misma utilidad o que no sufran el impacto de este profundamente, y es por esta razón que se da lugar a la disminución de la rentabilidad de las mismas intermediarias.

La existencia de especulaciones de precios es otra causa por la cual hay diferenciaciones en el costo de adquisición de la Bebidas Alcohólicas y es por eso que ciertas empresas distribuidoras entran en la obligación de reajustar la nómina de empleados de acuerdo al presupuestos que ellos tienen en la actualidad para poder cubrir con los sueldos que adeudan y sus obligaciones como empleador.

Las Salvaguardias ha hecho que se disminuya las importaciones que vienen desde otros países y a la vez ha generado que la economía también empiece a tambalear debido que algunas empresas han tenido que reducir sus gastos, debido al cambio de normativa que se aplicó para el impuesto de consumos especiales como también la demanda que había hacia ciertos productos antes de que se aplique esta ley. Todos estos factores ha hecho que el país por tratar de que consuman productos nacionales le cueste percibir menos dinero de lo que obtenía por parte de la Aduna.

1.2 Justificación

Dentro de la presidencia de Rafael Correa, nuevos impuestos han ido apareciendo y otros se han ido reajustando progresivamente de acuerdo al consumo que hay dentro del país, en este caso las bebidas alcohólicas a partir del 2008 ha tenido una fuerte pronunciación dentro del Servicio de Rentas Internas con la alza de precios.

Las bebidas alcohólicas incluidas la cerveza tienen que someterse por un impuesto mixto que está establecido de acuerdo a la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado.

El consumo de los productos que contienen ICE han sido una mayor aportación a la economía pero también han sido considerados como nocivos en algunos casos para la salud por ejemplo las bebidas alcohólicas, dando lugar a que si suben el precio de venta bajaría el consumo existente.

Es así que es importante la investigación del Impuesto a los Consumos Especiales de acuerdo a las variaciones durante la presidencia de Correa, ya que esto ha ido afectando al costo de adquisición y por ende a la Rentabilidad que antes tenían sin la aplicación de esta ley las empresas distribuidoras.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Establecer la relación entre los cambios de la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales y la rentabilidad de las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar las modificaciones del Impuesto a los Consumos Especiales en las Bebidas Alcohólicas.
- Estudiar la evolución de la rentabilidad de las empresas distribuidoras de Bebidas Alcohólicas en el año 2014-2015.
- Proponer un modelo de un análisis financiero que permita determinar la rentabilidad de las empresas distribuidoras de Bebidas Alcohólicas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Para la presente investigación se ha tomado los siguientes antecedentes para un mejor sustento científico, tomando en cuenta que han sido seleccionados de libros, artículos y revistas científicas:

El autor (Antoñanzas, Puy, & Pradas, 2008), titulado “Las bebidas alcohólicas en España: salud y economía”. Artículo de la base de datos de la revista Scielo, determinaron que:

“Desde la perspectiva económica, la producción y la distribución de las bebidas alcohólicas son un ejemplo singular de un sector económico que aporta un gran valor añadido a la sociedad española. Sin embargo, el consumo de alcohol genera claros problemas de salud pública, así como otros de índole social, mientras que los potenciales efectos beneficiosos derivados del consumo moderado de algunas bebidas alcohólicas requieren una mayor investigación clínica para ser concluyentes. En cualquier caso, el hecho de que las empresas productoras y distribuidoras aumenten los factores de riesgo de múltiples enfermedades, especialmente entre sus mejores clientes, habría de abordarse con más atención por parte de quienes tienen capacidad de modificar las políticas económicas y sanitarias. ¡En ello nos va la vida!”

Comentario: En la actualidad a nivel mundial se conoce que el consumo de bebidas alcohólicas son dañinas para la salud y también perjudicial para el entorno, pero si se habla económicamente, este se encarga de la reactivación de la economía debido a los tributos que este genere, como también rentabilidad para las empresas que producen y otras que se encargan de ser intermediarias hasta que llegue al consumidor final.

El autor (Magaña & Leyva, 2011), titulado “Costos y rentabilidad del proceso de producción apícola en México”. Artículo de la base de datos de la revista Scielo, concluyeron que:

“La composición porcentual del costo tiene relevancia en la administración de la producción apícola del país, ya que variaciones en los precios hacia la baja afectan en forma más sensible a los apicultores cuyo costo fijo medio es menor. Asimismo, cuando el valor del costo fijo no es contabilizado en el total de la producción, el efecto de su omisión se presenta cuando se requiere la reposición de los activos fijos; práctica común en casi la totalidad de los apicultores de México.”

“La causa principal que puede provocar la variación en el nivel de la rentabilidad de las explotaciones apícolas en el territorio nacional lo constituye la caída del ingreso por la venta de miel, el cual determina el precio que se le paga al productor mexicano y tal precio depende del mercado donde se realice la transacción. En tanto que la rentabilidad por colmena en México asciende a 158 pesos y a 192.2 pesos por cada mil pesos invertidos en activos fijos, en tanto que la relación beneficio–costo indica una rentabilidad de 38 centavos por cada peso invertido. Esto último evidencia que la apicultura es rentable, pues lo invertido en la actividad supera la recuperación de una inversión equivalente en pagarés de renta fija.”

Comentario:

Las variaciones de rentabilidad en esta lectura se han ido generando por la disminución de ventas y por la plaza a la cual se ven enfocadas como destino final, mientras tanto el rendimiento de empresas distribuidoras de la provincia de Tungurahua se ven afectadas por variaciones normativas que hacen que eleven sus precios debido a los parámetros tributarios que deben pasar, ya que como empresas deben cubrir sus gastos correspondientes como también obligaciones.

El autor (Herrera, Reif, Suarez, & Malo, 2009), titulado “El alcohol y las políticas públicas en Venezuela: dos estudios”. Artículo de la base de la Organización Panamericana de la Salud, mencionaron que:

“La política tributaria, al incidir sobre los precios, afecta directamente el consumo de bebidas alcohólicas, pero ese efecto está mediado por la elasticidad precio del consumo de bebidas alcohólicas. En el caso venezolano, el consumo de bebidas alcohólicas es inelástico respecto al precio, lo que implica que un aumento de precios inducido por un incremento en los impuestos no implicará una reducción sensible en el consumo. Los impuestos a las bebidas alcohólicas representan para el Estado venezolano, una fuente de ingresos, y por tanto, de beneficios para la sociedad.”

“El aumento de los impuestos al alcohol trae beneficios a través de otra vía. La disminución del consumo implica que la mortalidad por patologías asociadas al alcohol disminuye. A consecuencia de ello, la expectativa de vida de las personas aumenta y bajan considerablemente el número de días laborales perdidos por efecto de los padecimientos atribuibles al alcohol. Estos dos efectos pueden ser cuantificados, ya que implican ingresos adicionales que las familias devengan producto de la caída en el consumo de alcohol. El beneficio social total consistirá pues, en la suma de la recaudación fiscal y los beneficios familiares.”

“Este impuesto pecha el comercializador, siendo luego añadido al precio final que paga el consumidor. Este impuesto no es, en contraste con los mencionados antes, específico de las bebidas alcohólicas sino general, es decir, se aplica a todas las ventas realizadas a nivel nacional. Igualmente existen impuestos municipales a la actividad de comercialización de bebidas alcohólicas; como los llamados permisos de expendio de licores y los impuestos municipales de patente de industria y comercio, los cuales son también añadidos al precio final de las bebidas alcohólicas.”

Comentario:

En Venezuela se ha presentado varios cambios normativos con el fin de que se disminuya el consumo en bebidas alcohólicas y se reduzca accidentes de tránsito que se ha generado por este factor. También se ve reflejado en las empresas que producen y distribuyen debido que las ventas se acortan y en efecto hace que se realice despidos de personal, ya que no cuentan con la liquidez que ellos tenían para cubrir con ciertos gastos que son generados por los empleados. En todos los países que se aplique o se trate de implantar el no consumo de bebidas hace que se genere el desempleo.

El autor (Flores, Pico, & Trejo, 2016), titulado “El impuesto a los consumos especiales y su impacto en el consumo del cigarrillo en el Ecuador”. Artículo de la base de datos de la Universidad de Guayaquil, concluyeron que:

“Existe una independencia del consumo de cigarrillos a los impuestos, lo que demuestra que a pesar de que se aplicase algún nivel impositivo alto al cigarrillo, los consumidores no dejarán de adquirirlo. Los impuesto son una manera la cual se intenta redistribuir los flujos económicos dentro de una sociedad mantenerla equilibra, dependiendo del tipo de medida que adopte el gobierno los impuestos pueden ser de carácter directo o indirecto.”

“El medio recaudador de estos implementa medidas de control para así poder de una manera eficaz recaudar los impuestos para así la distribución de estos en la sociedad sea de una manera eficaz y efectiva.”

Comentario: Evitar que se consuma el cigarrillo o las bebidas alcohólicas con las aplicaciones tributarias que han ido implementando el gobierno ecuatoriano no ha tenido la acogida que se esperaba para detener a esos productos, debido que una parte de la población sigue consumiendo a pesar del precio de venta que se le ponga, pero también existe la contraparte, que por su alto costo ha ido evitando consumir con la frecuencia que lo hacía y el efecto de esta última, se ve reflejado en la disminución de un porcentaje de rentabilidad en las empresas intermediarias.

2.2 Fundamentación científico- técnica

2.2.1 Superordinación Conceptual

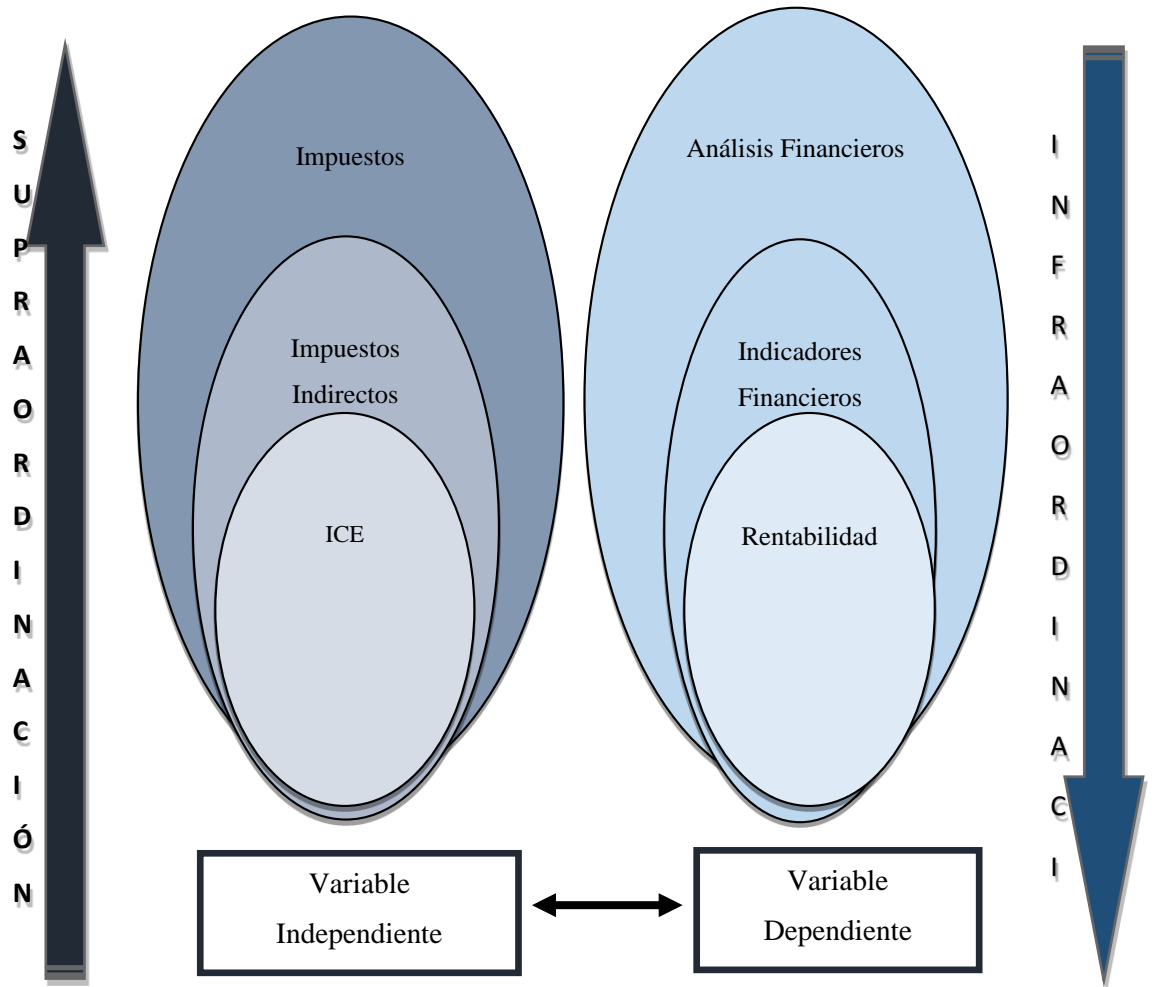


Gráfico 3: Supraordinación-Infraordinación

Fuente: Autor

Elaborado por: Daniela Quispe (2016)

2.2.2 Subordinación de la Variable Independiente

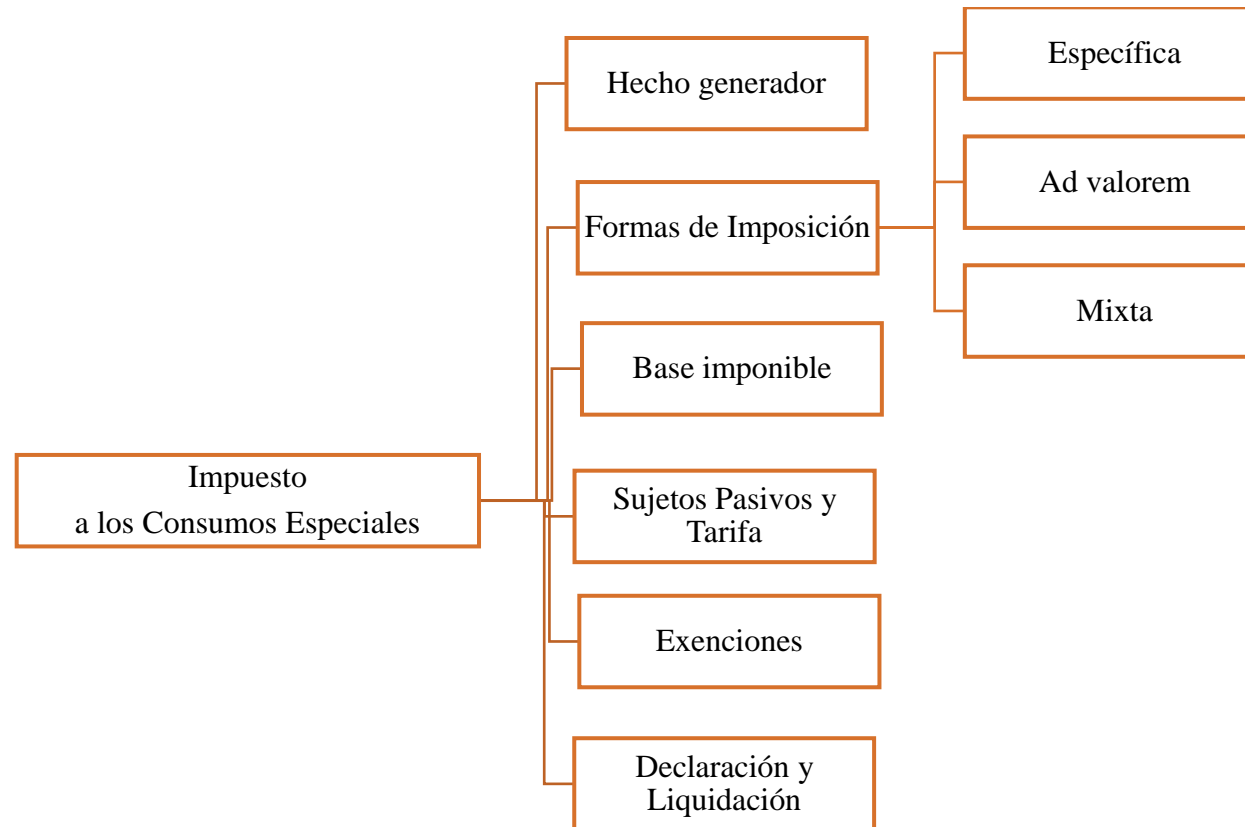


Gráfico 4: Subordinación de Variable Independiente

Fuente: Autor

Elaborado por: Daniela Quispe (2016)

2.2.3 Subordinación de la Variable Dependiente

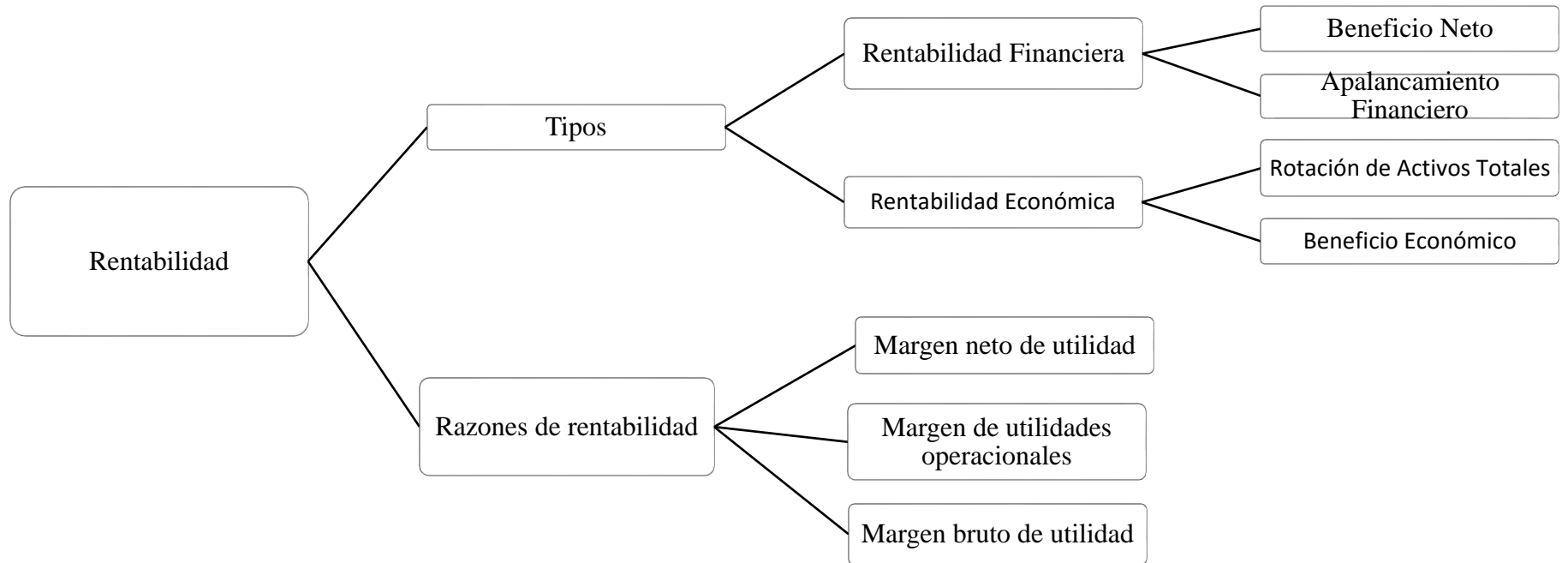


Gráfico 5: Subordinación de Variable Dependiente

Fuente: Autor

Elaborado por: Daniela Quispe (2016)

2.2.3 Conceptos categorías fundamentales

2.2.3.1 Variable Independiente

2.2.3.1.1 Impuesto a los consumos especiales

De acuerdo a lo que menciona (Paz & Cepeda, 2015)

ICE: Se cobra a una serie de bienes y servicios de procedencia nacional o importada que detalla la ley y que son, fundamentalmente: tabaco, cigarrillos, bebidas gaseosas, perfumes y aguas de tocador, videojuegos, armas y municiones (no para las Fuerzas Armadas), focos incandescentes, vehículos, camionetas, furgonetas, camiones, aviones, avionetas y helicóptero (destinados al sector privado, no para aerolíneas), servicios de televisión pagada, servicios de casinos, bebidas alcohólicas y cerveza. Existe un tarifario especial para cada uno de estos productos. (p.45)

De acuerdo a lo que señala (Mera, 2013, pág. 82) “El ICE es un Impuesto Indirecto y grava en la primera etapa de comercialización; este al ser un impuesto que grava al consumo afecta al consumidor final.”

2.2.3.1.1.1 Hecho generador

El autor (Mera, 2013, págs. 84-85) “En el caso de bienes de producción nacional el hecho generador será la transferencia, a título oneroso o gratuito, efectuada por el fabricante. En el caso del consumo de mercancías importadas, el hecho generador será su desaduanización.”

El autor (Benítez, 2009) menciona:

En el caso de consumos de bienes o servicios nacionales: El hecho generador será la transferencia, a título oneroso o gratuito, efectuada por el fabricante. Se causará exclusivamente en la primera etapa de comercialización. Los productores tendrán la obligación de hacer constar en las facturas de venta, por separado, el valor total de las ventas y el impuesto a los consumos especiales. En el caso del consumo de mercancías importadas: El hecho generador se causara solamente al momento de la desaduanización. El ICE se hará constar en la declaración de importación. (p.262)

2.2.3.1.1.2 Formas de imposición

De acuerdo lo que menciona (Mera, 2013)

Específica.- Aquella en la cual se grava con una tarifa fija. (Perfumes, Videojuegos, Armas, Televisión pagada, Focos incandescentes) **Ad valorem.-** Aplicación de una tarifa porcentual sobre la Base Imponible determinada en la ley. (Cigarrillos, Alcohol, Cerveza) **Mixta.-** Combinación de una imposición específica y advalorem. (Bebidas alcohólicas cuando se grava el advalorem del 75%). (p.82)

2.2.3.1.1.3 Base imponible

De acuerdo a lo que sugiere (Benítez, 2009)

Para bienes de producción nacional: Se determinara con base en el precio de venta al público sugerido por el fabricante o importador, menos el IVA y el ICE o con base en los precios referenciales que mediante Resolución establezca anualmente el Director General del Servicio de Rentas Internas. La base imponible mediante el cálculo del precio de venta al público sugerido por los fabricantes o importadores de los bienes gravados con ICE, no será inferior al resultado de incrementar al precio ex-fábrica o ex-aduana, según corresponda, un 25% de margen mínimo presuntivo de comercialización. Si se comercializan los productos con márgenes superiores al mínimo presuntivo antes señalado, se deberá aplicar al margen mayor para determinar la base imponible ICE. (pp. 263-264)

De acuerdo a lo que menciona (Mera, 2013)

PRODUCCIÓN NACIONAL. Para determinar el valor de ICE se debe tomar en cuenta **dos maneras de cálculo**, y se aplicará la que resulte en un valor mayor. 1. **PVP**.- Se sumará los costos y gastos que intervienen en el producto más los márgenes de comercialización. Este valor no podrá ser inferior al precio de venta al público fijado por el fabricante o por las autoridades competentes si fuere del caso; hay que tomar en cuenta que el ICE forma parte de la base imponible del IVA. 2. Aplicando el 25% de utilidad presuntiva al **precio ex fábrica o precio ex aduana**. (p. 86)

Mientras tanto estos conceptos son claves para una clara aplicación de la base imponible de acuerdo a (Benítez, 2009)

Se entiende como precio ex-fábrica, al aplicado por las empresas productoras de bienes gravados con ICE en la primera etapa de comercialización de los mismos. El precio ex-aduana es aquel que se obtiene de la suma de las tasas arancelarias, fondos y tasas extraordinarias recaudadas por la Corporación Aduanera Ecuatoriana al momento de desaduanizar los productos importados, al valor CIF de los bienes. El precio de venta al público es el que el consumidor final pague por la adquisición al detal en el mercado, de cualquiera de los bienes gravados con este impuesto. (p.264)

Según el criterio de (Mera, 2013)

Para poder establecer de manera correcta la base imponible del ICE, es necesario presentar las siguientes definiciones: **Precio de venta al público PVP**.- Es el que el fabricante, importador o prestador del servicio sugiera que debería pagar al consumidor final. **Precio Ex fábrica**.- Aquí se encuentran incluidos todos los costos de producción, los gastos de venta, administrativos, financieros y cualquier otro costo o gasto no especificado que constituya parte de los costos y gastos totales, suma a la cual se le deberá sumar el margen la utilidad marginada de la empresa. **Precio Ex aduana**.- Es aquel que se obtiene de la suma de las tasas arancelarias, fondos y tasas extraordinarias recaudadas por la Corporación Aduanera Ecuatoriana (actual SENA) al momento de desaduanizar los productos importados, al valor CIF de los bienes. (pp. 85-86)

2.2.3.1.1.4 Sujetos Pasivos y Tarifa

Según (Mera, 2013, pág. 83) “Son sujetos pasivos del ICE todos aquellos productores e importadores, en los porcentajes vigentes de los productos que se detalla a continuación: Grupo 1. Bebidas Alcohólicas y cervezas, Tarifa. Para el 2011- (valor que se ajustará anualmente) 75% advalorem.”

Según (Benítez, 2009)

Son sujetos pasivos del ICE: Las personas naturales y sociedades, fabricantes de bienes gravados con este impuesto; Quienes realicen importaciones de bienes gravados por este impuesto; Quienes presten servicios gravados. Grupo I. Alcohol y productos alcohólicos distintos a la cerveza -TARIFA 40%. (pp. 261-262-273)

2.2.3.1.1.5 Exenciones

De acuerdo a lo que menciona (Mera, 2013)

No se debe gravar ICE en: 1.- El alcohol que se destine a la producción farmacéutica; el alcohol que se destine a la producción de perfumes y aguas de tocador; el alcohol, los moscos, jarabes, esencias o concentrados que se destinen a la producción de bebidas alcohólicas; el alcohol, los residuos y subproductos resultantes del proceso industrial o artesanal de la rectificación o destilación del aguardiente o del alcohol, desnaturalizados no aptos para el consumo humano, que como insumos o materia prima, se destinen a la producción. (p.84)

(Benítez, 2009, pág. 269) “Gozan de exención al Impuesto a los Consumos Especiales: El alcohol que se destine a la producción farmacéutica; El alcohol y aguardiente sin rectificar que se destinen a la producción de bebidas alcohólicas.”

2.2.3.1.1.6 Declaración y Liquidación del ICE

De acuerdo a lo que sugiere (Mera, 2013)

Los sujetos Pasivos efectuaran la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas, los valores correspondientes se registraran en el formulario 105, según su noveno dígito del RUC en los mismos plazos señalados en este documento para la declaración mensual e IVA, únicamente el envío se lo realizara vía internet, en cuanto a los bienes importados a Liquidación del ICE se efectuará en la declaración de Importación y su pago se realizara previo al despacho de los bienes por la aduana. (pp. 91-92)

De acuerdo a lo que menciona (Benítez, 2009)

Los sujetos pasivos, presentaran mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro del mes calendario inmediato anterior, en la forma y fechas que se establezcan en el reglamento. Para realizar la declaración de este impuesto se deberá utilizar el formulario 105 y el formato dispuesto por el SRI para la presentación de la información trimestral. La declaración mensual se presentara inclusive, en aquellos periodos en los que no se hayan realizado operaciones sujetas al ICE. (p. 270)

2.2.3.1.2 Impuestos indirectos

De acuerdo a lo que indica (Mera, 2013)

Los impuestos indirectos en cambio afectan a personas distintas a los llamados contribuyentes, los consumidores finales, a quienes se traslada la carga impositiva y que indirectamente asumen el pago total del impuesto en las diferentes etapas de comercialización el ejemplo más visible es el caso del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE). (p.18)

De acuerdo lo que menciona el autor (Benítez, 2009, pág. 9) “Impuestos Indirectos son aquellos que pueden trasladarse, como el Impuesto al Valor Agregado que se traslada en cada etapa hasta el consumidor final.”

2.2.3.1.3 Impuestos

De acuerdo a lo que indica (Benítez, 2009)

Se considera como impuesto aquella prestación exigida por el Estado en virtud de su potestad de imperio, y que el contribuyente se ve obligado a pagar por encontrarse en el caso previsto por la disposición legal que consulta la existencia del tributo. (p. 6)

De acuerdo a lo que menciona (Mera, 2013)

Los impuestos.-Se puede definir al impuesto, como una imposición, de contenido económico, constituido por el Estado bajo una esencial función garantista “nullum tributum sine lege” (no hay tributo sin ley), o principio de legalidad o reserva de ley, el cual lo satisface un contribuyente, sea en función del ingreso que obtenga, patrimonio que posea o como consumidor final, de acuerdo a la capacidad adquisitiva y contributiva. (p.17)

2.2.3.2 Variable Dependiente

2.2.3.2.1 Rentabilidad

De acuerdo a lo que menciona (García, Velar, & Cañadas, 2009)

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de las misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. (p.220)

De acuerdo a lo que nombra (Córdoba, Gestión financiera, 2012)

La rentabilidad es una relación porcentual que nos indica cuanto se obtiene a través del tiempo por cada unidad de recurso invertido. También podemos decir que, la rentabilidad es el cambio en el valor de un activo, más cualquier distribución en efectivo, expresado como un porcentaje del valor inicial. Es la relación entre los ingresos y costos. (p.15)

2.2.3.2.1.1 Rentabilidad Financiera

Según (Otal, Serrano, & Serrano, 2007)

La rentabilidad financiera o rentabilidad de los fondos propios persigue evaluar el rendimiento obtenido por los propietarios de la empresa, para lo cual es preciso determinar cuál ha sido su aportación. Su cálculo se realiza dividiendo el resultado neto del periodo entre los fondos propios: Rentabilidad financiera = $\frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}}$
(p.153)

(García & Jordá, 2004, pág. 166) “Ratio que mide la productividad que están obteniendo los accionistas o propietarios de una empresa sobre los capitales propios que tienen invertidos en ella.”

2.2.3.2.1.1.1 Beneficio Neto

Según (Corchero & Pérez, 2004)

El beneficio neto (BN), correspondiente al percibido por los accionistas o propietarios de la empresa una vez de deducidos del beneficio económico los interés de las deudas y los impuestos. Este será mayor cuanto menores sean las deudas de la empresa, ya que habrá que pagar menos intereses y, en consecuencia, mayor será la cuantía que percibirán los propietarios. (p.95)

(Escobar & Cuartas, 2006, pág. 58) “Exceso de ingresos sobre costos y gastos efectuados en un periodo determinado de tiempo. Si los gastos exceden a los ingresos, tal diferencia recibe el nombre de la pérdida neta.”

2.2.3.2.1.1.2 Apalancamiento Financiero

Según (García & Jordá, 2004, pág. 165) “Efecto que tiene sobre la rentabilidad financiera de una empresa la utilización de deuda o capitales ajenos.”

De acuerdo a lo que menciona (Baena, 2010)

Es el cambio porcentual en el ingreso por acción (IPA) debido a un cambio porcentual en la utilidad, antes de intereses e impuestos (UAI). Es una relación elástica. También es conocido como la utilidad por acción (UPA) y la UAI, como la misma utilidad operacional. El uso del apalancamiento financiero se presenta como la posibilidad de financiar activos fijos sin la necesidad de contar con el dinero de la operación en el momento presente. (p.270)

2.2.3.2.1.2 Rentabilidad Económica

Según (García & Jordá, 2004, pág. 166) “Ratio que mide la productividad que está obteniendo una empresa de su activo, es decir, de sus inversiones.”

Según (Eslava, 2003, pág. 103) “La rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que importa realmente para poder remunerar tanto al pasivo, como los propios accionistas de la empresa.”

2.2.3.2.1.2.1 Rotación de Activos totales

De acuerdo a lo que menciona (Baena, 2010)

Generalmente, cuando mayor sea la rotación de activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de la utilización de sus activos. Este indicador es posiblemente el más importante para la administración, porque indica qué tanto de las operaciones de la empresa han sido productivas financieramente. Rotación de Activos Totales =
$$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales Brutos}} \cdot (\text{p.155})$$

Según (García & Jordá, 2004, pág. 165) “Aquellos ratios que miden el grado de eficiencia con el que se están usando las inversiones o activos.”

2.2.3.2.1.2.2 Beneficios Económicos

Según (Delgado & Muñiz, 2005)

Se define como la parte de los ingresos que excede de la remuneración y los costes de oportunidad de todos los factores (simplificando, capital K y trabajo L). Se da la circunstancia de que esta decisión de beneficio no distorsionaría, caso de su aplicación real, el comportamiento maximizado de beneficios de las empresas y por tanto se trata del concepto ideal. (p.127)

Según (Corchero & Pérez, 2004, pág. 95) “El beneficio económico o beneficio antes de intereses de las deudas e impuestos (BAII), correspondiente al generado por los activos de la empresa y que por lo tanto no depende de si los recursos financieros son propios o ajenos.”

2.2.3.2.1.3 Razones de Rentabilidad

De acuerdo al autor (Córdoba, Gestión financiera, 2012)

Miden la eficiencia de la administración a través de los rendimientos generados sobre las ventas y sobre la inversión. Las razones de rentabilidad, también llamadas de rendimiento se emplean para controlar los costos y gastos en que debe incurrir y así convertir las ventas en ganancias o utilidades. (p. 105)

Mientras tanto el (Baena, 2010)

Las razones de rentabilidad son instrumentos que le permiten al inversionista analizar la forma como se generan los entornos de los valores invertidos en la empresa. Miden la rentabilidad del patrimonio y la rentabilidad del activo, es decir, la productividad de los fondos comprometidos en un negocio. (p.181)

Es así que para esta investigación se considera los indicadores que están basados en ventas que son:

El autor (Córdoba, Gestión financiera, 2012)

Margen bruto de utilidad. Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias. **Margen de utilidades operacionales.** Representa las utilidades netas que gana la empresa en el valor de cada venta. **Margen neto de utilidad.** Determina el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.” (p.106)

Mientras tanto (Baena, 2010) comenta sobre:

1. Margen de utilidad bruta refleja la capacidad de la empresa en la generación de utilidades antes de los gastos de administración y ventas, otros ingresos y egresos e impuestos. Al compararlo con estándares financieros de su actividad, puede reflejar compras o costos laborales excesivos. **2. Margen de utilidad operacional** refleja la rentabilidad de la compañía en el desarrollo de su objeto social; indica si el negocio es o no lucrativo, independientemente de ingresos y egresos generados por actividades no directamente relacionadas el objetivo. **3. Margen de utilidad neta** mide la rentabilidad de la empresa después de realizar la apropiación de los impuestos o carga contributiva del estado, y de todas las demás actividades de la empresa, independiente de si corresponden al desarrollo de su objeto social. **4. Rendimiento del activo total o rentabilidad del activo total** muestra la capacidad del activo en la generación de utilidades. (pp. 182-184-187-189)

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Margen de utilidad operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento del activo total o rentabilidad del activo total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total o Activo Bruto}} \times 100$$

2.2.3.2.2 Indicadores financieros

De acuerdo a lo que comenta (Córdoba, Gestión financiera, 2012)

Las razones financieras evalúan el rendimiento de la empresa a partir del análisis de las cuentas del Estado de Resultado y del Balance General, no es solo con la aplicación de una fórmula a la información financiera para calcular una razón determinada sino además con la interpretación del valor de la razón. (p.99)

De acuerdo a lo que señala (Gitman & Castro, 2010)

Por lo general, una sola razón no proporciona suficiente información para evaluar el rendimiento general de la empresa. Solo cuando se utiliza un conjunto de razones es posible hacer evaluaciones razonables. Sin embargo, cuando un análisis se centra solo en ciertos aspectos específicos de la posición financiera de una empresa, son suficientes una o dos razones. (p.50)

2.2.3.2.3 Análisis financieros

De acuerdo a lo que señala (Shim & Siegel, 2004)

El análisis financiero es una evaluación del desempeño financiero de una empresa en el pasado y de sus perspectivas futuras. Usualmente implica analizar los estados financieros de las empresas y su flujo de fondos. El análisis de estados financieros supone calcular diversos coeficientes, y lo emplean las diversas partes interesadas en el desempeño de la empresa (por ejemplo, los acreedores, los inversores y los directivos) para determinar la situación financiera de la empresa respecto de sus competidoras. (p.19)

De acuerdo a lo que menciona (Córdoba, Gerencia Financiera Empresarial, 2007)

El análisis financiero no es un fin, es un medio, es un proceso que ayuda a la administración en la toma de decisiones. El analista es un asesor, no toma decisiones, solo estudia y recomienda. El interesado en el análisis debe manifestar el objetivo concreto que se persigue al realizar el estudio, dependiendo de las técnicas que se aplicaran. (p.64)

2.3 Preguntas Directrices Y/O Hipótesis

2.3.1 Hipótesis

Los cambios en la normativa del ICE se relacionan con la disminución de la Rentabilidad de las Empresas distribuidoras de Bebidas Alcohólicas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad, enfoque y nivel de investigación

3.1.1 Modalidad

En este proyecto de investigación se presentara las Modalidades Bibliográfica como también la de ‘Campo, ya que permite al autor basarse en opiniones de otros escritores de acuerdo a lo que están buscando conocer y aclarar las dudas generadas en el transcurso de la investigación, y esto sirva como base de información secundaria, por otra parte la otra modalidad anteriormente nombrada se basa en palpar en el lugar donde se ha generado el problema para saber sus afectaciones.

De acuerdo a lo que menciona (Cedeño & Rody, 2010)

Investigación Bibliográfica. Es la que se la realiza en los libros o textos. La investigación bibliográfica es parte del proceso de una investigación científica. Cuando el estudiante, sencillamente, recoge una información en el proceso del aprendizaje, esto no es una investigación científica; es una consulta. (p.24)

De acuerdo a lo que señala (Cedeño & Rody, 2010)

Investigación de Campo. Es la que se realiza en el lugar de los hechos, en el lugar donde se desarrollan los acontecimientos. En la investigación de campo hay el contacto directo del sujeto con el objeto de la investigación, y generalmente se la realiza por medio de la observación directa y por medio de las encuestas y/o entrevistas. (pp. 24-25)

3.1.2 Enfoque

De conformidad para un mejor desarrollo se ha seleccionado el enfoque cuantitativo, porque se maneja la parte numérica, es decir, el monto de rentabilidad en las empresas distribuidoras, y también se presentara el cualitativo que permitirá reconocer ciertas características que servirá para la investigación.

De acuerdo a lo que señala (Niño, 2011)

La investigación cuantitativa. Como la palabra lo indica, la investigación cuantitativa tiene que ver con la “cantidad” y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general, busca medir variables con referencia a magnitudes. Tradicionalmente se ha venido aplicando con éxito en investigaciones de tipo experimental, descriptivo, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente. (p.29)

De acuerdo a lo que nombra (Niño, 2011)

La investigación cualitativa toma como misión “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica. Tiende a centrarse en la exploración de un limitado pero detallado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores, y su meta es lograr “profundidad” y no “amplitud.”” (p.30)

3.1.3 Nivel de investigación

En el proyecto de investigación se utilizara lo Exploratorio, Descriptivo, que buscan explicar y justificar el porqué de la investigación emitida para llegar a determinar puntos claves de lo que ocasiona el problema.

De acuerdo a lo que señala (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación , 2010)

Los **estudios exploratorios** se realizan cuando el objeto es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura revelo que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p.79)

De acuerdo a lo que menciona (Bernal, 2006)

Para muchos expertos, la investigación descriptiva es un nivel básico de investigación, el cual se convierte en la base de otros tipos de investigación; además, agregan que la mayoría de los tipos de estudios tienen, de una u otra forma, aspectos de carácter descriptivo. La investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; cuando se plantean hipótesis en los estudios descriptivos, estas se formulan a nivel descriptivo y se prueban dichas hipótesis. (p. 113)

3.2 Población, muestra y unidad de investigación

3.2.1 Población

De acuerdo a lo señale (Herrera, Medina, & Naranjo, 2004)

La población o universo es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio. (p.107)

A continuación se presenta la población que será estudiada:

Tabla 5: Distribuidores de bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua

RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	NUMERO ESTABLECIMIENTO	NOMBRE FANTASIA COMERCIAL
ALTAMIRANO ANDRADE MARIA BEATRIZ		2	
CABASCANGO PEREZ LUZ AMERICA	PACHA MAMA	1	PACHA MAMA
BOLAÑOS NARANJO DIEGO FERNANDO	MEGALICORES	2	DISTRIBUIDORA RB
MESIAS MESIAS EDGAR JORGE JOSELITO		1	
QUISIMALIN GALLO LUIS GILBERTO		3	
FUENTES RAZA JOSE ANIBAL		1	
FIALLOS PARRA GLADYS SUSANA	DISTRIBUIDOR A F.F.P.	1	DISTRIBUIDORA F.F.P.
NUÑEZ JORDAN JOSE FRANCISCO		4	OLIMPICO SPORT
VASCONEZ ARELLANO LILIA ALEXANDRA		1	
CORPORACION ECUATORIANA DE LICORES Y ALIMENTOS S.A.	CELYASA	9	CELYASA
GUEVARA VASCO CIA. LTDA.		1	GUEVARA VASCO CIA. LTDA.
PEÑA PAREDES DIEGO MARTIN		2	
GUAPISACA BARONA WILSON MARCELO	LIQUORS AYRTON	1	LIQUORS AYRTON
JURADO VILLACRESES ALEXANDRA ELIZABETH	LICORERA CACIQUE ALVAREZ	1	LICORERA CACIQUE ALVAREZ

Fuente: SRI

3.2.2 Muestra

De acuerdo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, pág. 305) “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.”

La muestra será toda la población que se obtuvo, debido que existe solo 14 personas que se dedican a la venta al por mayor de bebidas alcohólicas en la Provincia Tungurahua.

3.2.3 Unidad de investigación

La investigación esta direccionada a las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua, y a la parte Tributaria como es el Impuesto a los Consumos especiales y Financiera también para conocer la rentabilidad de estas organizaciones.

3.3 Operacionalización de las variables

De acuerdo a lo que indica (Herrera, Medina, & Naranjo, 2004)

La operacionalización de las variables de la hipótesis es un procedimiento por el cual se pasa del plano abstracto de la investigación a un plano operativo, traduciendo cada variable de la hipótesis a manifestaciones directamente observables y medibles, en el contexto en que se ubica el objeto de estudio, de manera que oriente la recolección de información. (p.118)

3.3.1 Variable independiente

Tabla 6: Operacionalización de variable independiente

CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES		ITEMS	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS
Impuestos a los Consumos especiales:	Formas de Imposición	Específica	Tarifa específica (\$7,10) * grado alcohólico /100 * Volumen en litros /100	¿Con el aumento del precio ex fábrica o ex aduana que efecto ha tenido la rentabilidad en el año 2015?	Cuestionario-Encuesta dirigido a las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en Tungurahua
Según (Mera, 2013, pág. 82) “El ICE es un Impuesto Indirecto y grava en la primera eta de comercialización; este al ser un impuesto que grava al consumo afecta al consumidor final.”		Ad valorem	75% del precio ex fábrica o ex aduana cuando supere los USD 4,20 por litro de bebida alcohólica o en su proporcional en presentación distinta a litro.	¿La empresa tiene afectación cuando se llega a este método, por el aumento respectivo que se realiza del 75%?	
		Mixta	Combinación de la Especifica y Ad valorem		

Autor: Daniela Quispe

3.3.2 Variable dependiente

Tabla 7: Operacionalización de variable dependiente

CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES		ITEMS	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS
Rentabilidad: Según (Córdoba, Gestión financiera, 2012)	Rentabilidad Financiera	Beneficio Neto	Beneficio Bruto- Impuestos-Intereses- Depreciación-Gastos Generales	¿La empresa tiene disponibilidad inmediata del beneficio neto después de haber hecho frente sus obligaciones?	Cuestionario-Encuesta dirigido a las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en Tungurahua
		Apalancamiento Financiero	Utilidad Operativa/ Utilidad antes de los impuestos	¿La empresa puede financiar las compras de activos sin la necesidad de contar con el dinero ese momento?	
La rentabilidad es una relación porcentual que nos indica cuanto se obtiene a través del tiempo por cada unidad de recurso invertido. También podemos decir que, la rentabilidad es el cambio en el valor de un activo, más cualquier distribución en efectivo, expresado como un porcentaje del valor inicial. Es la relación entre los ingresos y costos. (p.15)	Rentabilidad Económica	Rotación de Activos totales	Ventas Netas/ Activos Totales Brutos	¿La administración está siendo eficiente con la gestión de sus activos?	
		Beneficios Económicos	Ingresos - Gastos	¿La empresa utiliza cierto indicador para medir su riqueza?	
	Razones de Rentabilidad	Margen de utilidad bruta	Utilidad Bruta/ Ventas Netas	¿Qué porcentaje queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias?	
		Margen de utilidades operacionales	Utilidad Operacional / Ventas Netas	¿Las utilidades netas que gana la empresa en el valor de cada venta están dentro de sus expectativas?	
		Margen de utilidad neta	Utilidad Neta/ Ventas Netas	¿El porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos, es rentable para su empresa?	

Autor: Daniela Quispe

3.4 Descripción detallada del tratamiento de la información

3.4.1 Plan de recolección de la información

Según (Herrera, Medina, & Naranjo, 2004, pág. 183) “El plan de recolección de información. Se describen las técnicas con sus respectivas modalidades, los instrumentos de recolección utilizados en el estudio; los procedimientos seguidos para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos.”

Tabla 8: Preguntas básicas para el plan de recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para conseguir los objetivos de la investigación
2.- ¿De qué personas u objetos?	14 personas que se dedican a la distribución de bebidas alcohólicas
3.- ¿Sobre qué aspectos?	El ICE y la Rentabilidad de sus empresas
4.- ¿Quién?	El Investigador
5.- ¿A quiénes?	A los miembros de la población investigada
6.- ¿Cuándo?	Año 2015
7.- ¿Dónde?	Provincia de Tungurahua
8.- ¿Cuántas veces?	Una vez
9.- ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta.
10.- ¿Con qué?	Cuestionario.

Autor: Daniela Quispe

3.4.2 Plan de procesamiento de la información

Según (Herrera, Medina, & Naranjo, 2004, pág. 183) “El plan de proceso y análisis de los datos recogidos. Se describen las técnicas estadísticas o de otro tipo utilizadas para el procesamiento e interpretación de la información recopilada.”

Se aplicara la encuesta al respectivo sector que se estará investigando, como también se tabulara en tablas respectivas a cada pregunta formulada y se representara los datos obtenidos por medio de un gráfico llamado “Pastel”, que permitirá tener una mejor percepción de lo encuestado.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Principales Resultados

Con la información obtenida por medio de las encuestas realizadas a las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en la Provincia de Tungurahua, se presenta lo siguiente:

4.1.1 Resultados

1.- ¿En qué medida se ha visto afectado su empresa con los cambios normativos del Impuesto a los Consumos Especiales en las bebidas alcohólicas?

Tabla 9: Cambios normativos del ICE

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
En gran medida	12	86%
Medianamente	2	14%
Nada	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

De acuerdo a las personas encuestadas el 86% comenta que se vio afectado en gran medida por los cambios normativos emitidos en el 2015 de acuerdo en bebidas alcohólicas, y la diferencia que es el 14% fue medianamente, tomando en cuenta que la opción Nada tuvo el 0%.

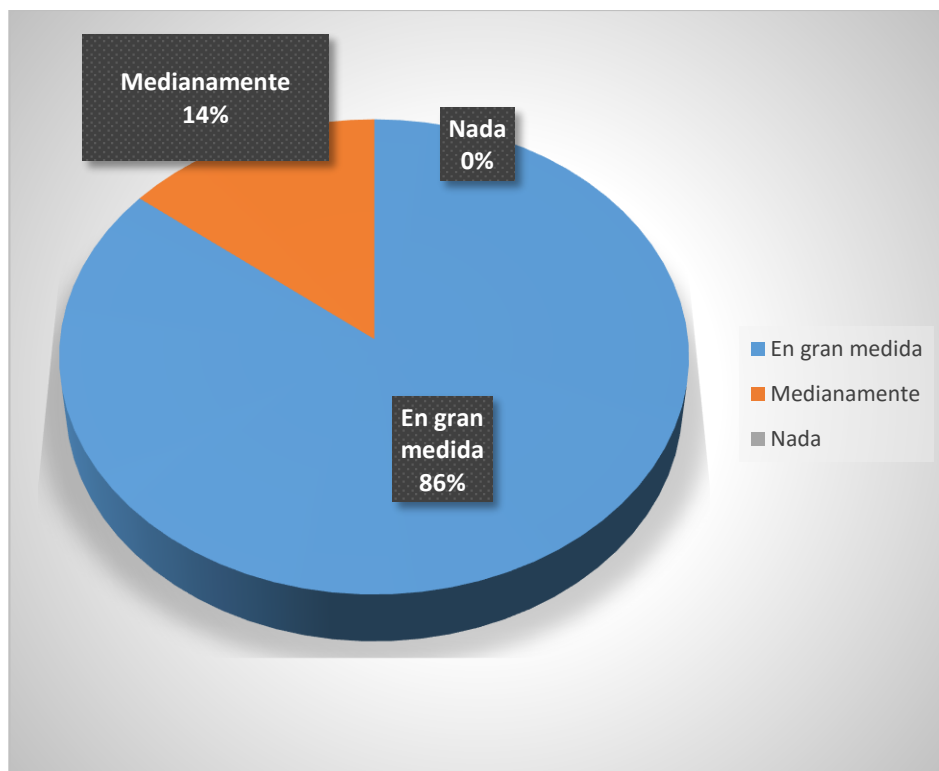


Gráfico 6: Cambios normativos ICE

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

Se demuestra que las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas se vieron afectadas en su mayoría por los cambios normativos que se realizaron durante el año estudiado.

2.- ¿Los cambios en la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales ha causado el reajuste en la nómina de sus empleados?

Tabla 10: Reajuste en nómina de empleados

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
SI	4	29%
NO	10	71%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

Las empresas distribuidoras de acuerdo a la encuestas señalan que el 29% Si tuvieron que reajustar la nómina de sus empleados, mientras el 71% expusieron todo lo contrario.

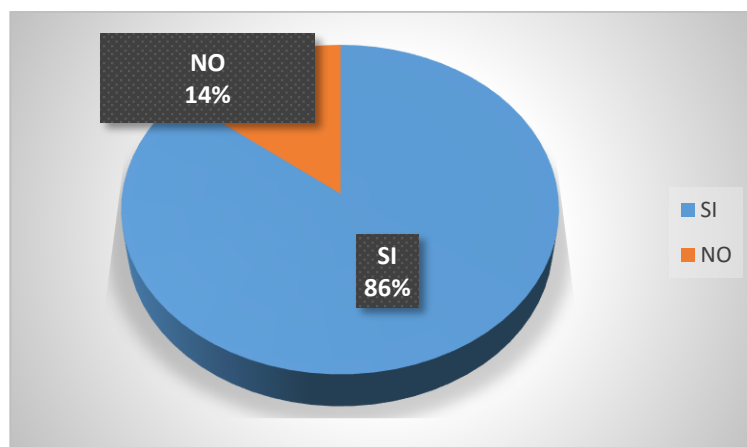


Gráfico 7: Reajuste en nómina de empleados

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

Los dueños de las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas en su mayoría justifico que no fue necesario reajustar su nómina, debido que son empresas familiares.

3.- ¿Indique el porcentaje de los productos que Ud. compran de acuerdo a su origen?

Tabla 11: Productos Nacionales e Importados

	Nacional %	Importados %	FRECUENCIA	MEDIDA
Opción	1-30	71-30	3	21%
	31-70	31-70	2	14%
	71-100	1-30	9	64%
TOTAL			14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

Según la encuesta de acuerdo a las compras que realizaron en el 2015 los distribuidores son: de un rango del 1-30 producidos en el Ecuador y 71-30 Importados es el 21%, así mismo del 31-70 en Nacional como también importado es el 14% y del 71-100 Nacional y 1-30) Importado es el 64%.

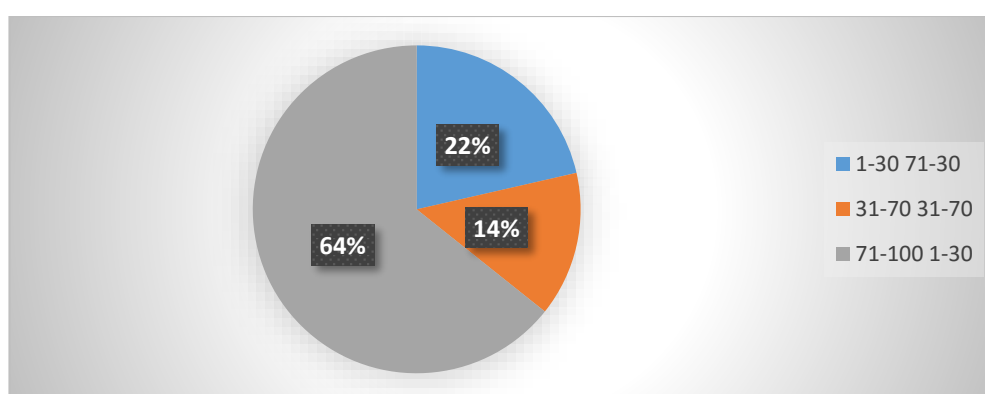


Gráfico 8: Productos Nacionales e Importados

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

En el año 2015 los distribuidores realizaron más compras a empresas nacionales, debido que empezaron las restricciones en las importaciones con las Salvaguardias y su utilidad se minimizaba si ellos adquirían productos del exterior.

4.- ¿En qué medida el contrabando de bebidas alcohólicas ha incidido en la disminución de ventas en el año 2015?

Tabla 12: Contrabando de bebidas alcohólicas

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
En gran medida	11	79%
Medianamente	2	14%
Nada	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

En la encuesta las personas evaluadas manifestaron que el contrabando disminuyó las ventas en gran medida con el 79%, Medianamente 14% y Nada con el 7%.

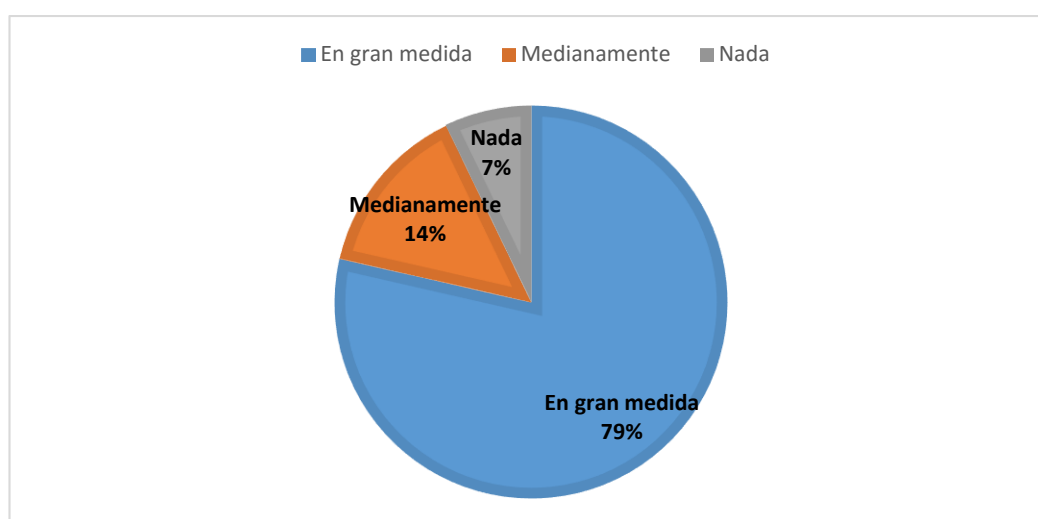


Gráfico 9: Contrabando de bebidas alcohólicas

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

El contrabando con la disminución de las ventas en las bebidas alcohólicas se ha visto marcado con los criterios emitidos por los dueños, debido que ellos ofrecen precios más bajos al consumidor final.

5. ¿Ud. considera que los cambios en la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales contribuyen a la disminución el consumo de las bebidas alcohólicas?

Tabla 13: Consumo de las bebidas alcohólicas

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
SI	5	36%
NO	9	64%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

De acuerdo a las encuesta con un 64% No se disminuyó el consumo de las bebidas alcohólicas de acuerdo a los cambios en la normativa, mientras el 36% manifestó que Sí.

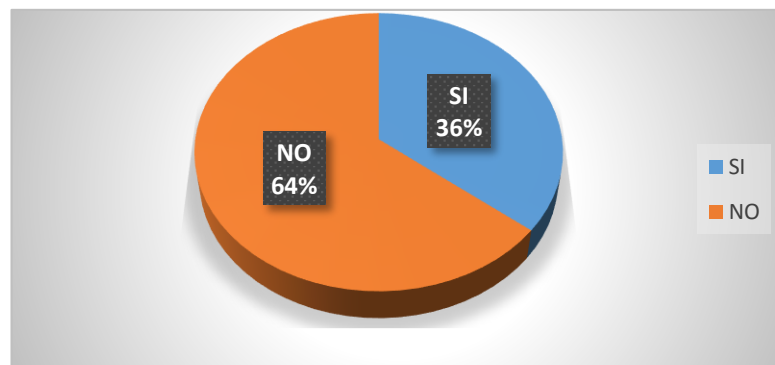


Gráfico 10: Consumo de bebidas alcohólicas

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

No se disminuyó el consumo de las bebidas alcohólicas debido que fueron remplazos ciertas marcas por otras de precios más convenientes y accesibles en el mercado.

6. ¿En qué medida afecta la forma de imposición del Impuesto a los Consumos Especiales al precio de venta en las bebidas alcohólicas?

Tabla 14: Forma de imposición ICE

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
En gran Medida	12	86%
Medianamente	2	14%
Nada	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

Según la encuesta realizada la afectación por la forma de imposición del ICE ha sido en Gran Medida con un 86%, Medianamente con 14% y Nada con el 0%.

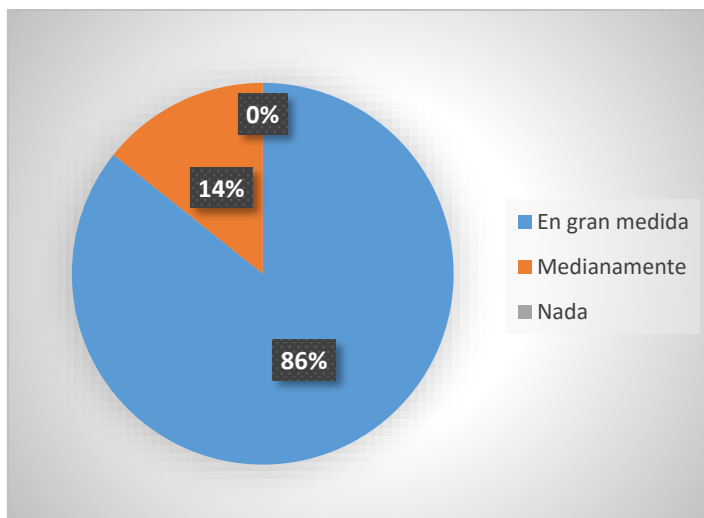


Gráfico 11: Forma de imposición ICE

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

La forma de imposición si afecta a los distribuidores en gran medida, debido que si ellos llegan a otro nivel aumentaría la base del Impuesto.

7. ¿Cómo se ha visto afectada la rentabilidad en el año 2015 por el aumento del precio ex fábrica o ex aduana?

Tabla 15: Precio ex fábrica o ex aduana

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
En gran medida	13	93%
Medianamente	1	7%
Nada	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

La encuesta mostro que el aumento del precio ex fábrica o ex aduana en su rentabilidad del año 2015 se ha visto afectado Medianamente el 7%, mientras que el 93% en gran medida.

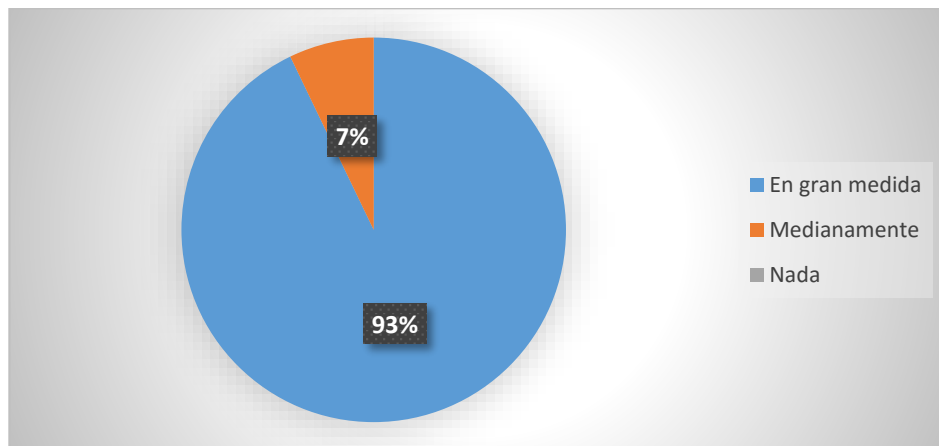


Gráfico 12: Precio ex fábrica o ex aduana

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

Mientras el precio ex fábrica o ex aduana siga siendo progresivo la rentabilidad por ende disminuirá y el precio de venta para los distribuidoras ira aumentando según lo que dicte el importador o productor.

8.- ¿Considera que para tener mayor rentabilidad Ud. debería importar directamente las bebidas alcohólicas?

Tabla 16: Importación directa de bebidas alcohólicas

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
SI	6	43%
NO	8	57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

El 43% de las personas encuestadas creen que si importan directamente podrán tener mayor rentabilidad mientras que el 57% opina lo contrario.

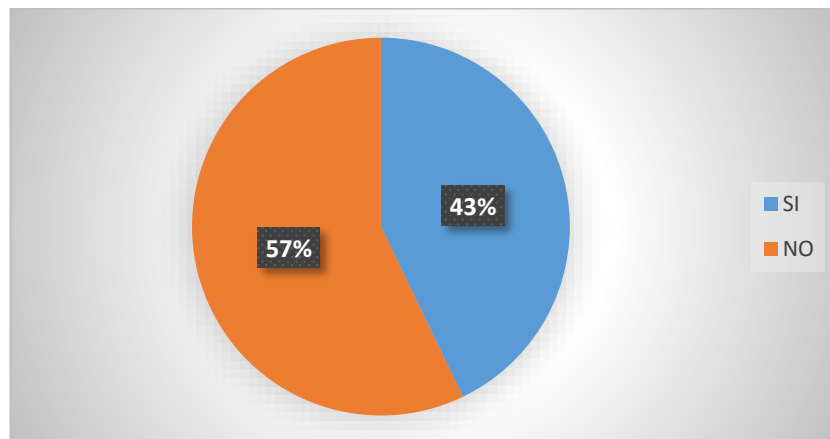


Gráfico 13: Importación directa de bebidas alcohólicas

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

Los dueños de las empresas distribuidoras piensan que no se puede importar debido a las salvaguardias decretadas por el presidente.

9. ¿Con que frecuencia se aplica los Indicadores Financieros para la toma de decisiones?

Tabla 17: Indicadores Financieros

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
Mensual	10	71%
Trimestral	2	14%
Semestral	1	7%
Anual	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

El 71% de encuestados aplican mensualmente indicadores financieros para una toma de decisiones, el 14% es trimestral y el 7% es semestral como también anual.

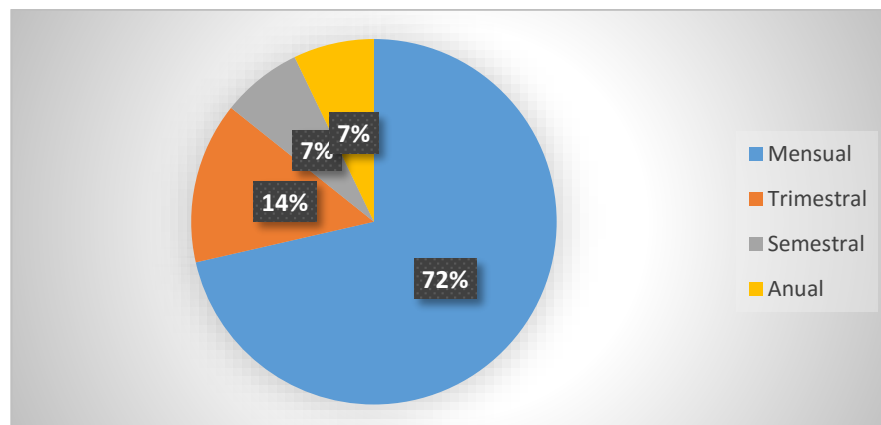


Gráfico 14: Indicadores Financieros

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

El uso mensual de indicadores financieros hace que las empresas sepan al final de cada mes que decisión puede aplicar de acuerdo a su necesidad requirente.

10. ¿Considera Ud. que la distribución de las bebidas alcohólicas son negocios rentables?

Tabla 18: Negocios Rentables

OPCIONES	FRECUENCIA	MEDIDA
SI	12	86%
NO	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Daniela Quispe

Análisis

El 86% de personas encuestadas responden que si son negocios rentables y el 14% comenta que no.

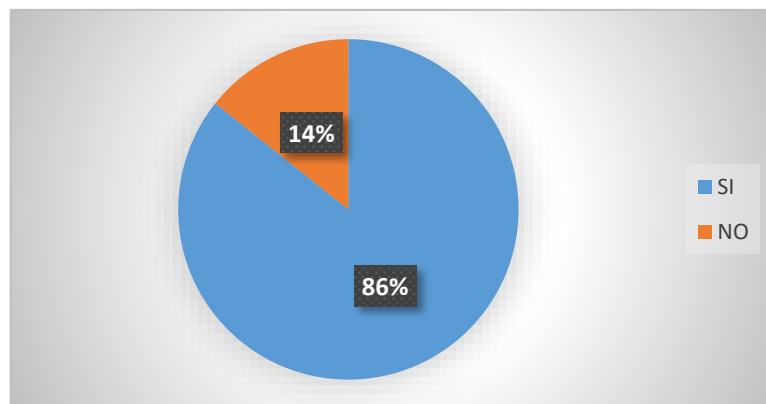


Gráfico 15: Negocios Rentables

Autor: Daniela Quispe

Interpretación

La venta de bebidas alcohólicas es uno de los negocios rentables y que activa a la economía de un país.

4.1.2 Verificación de la Hipótesis

Tema

“El Impuesto a los Consumos Especiales y la Rentabilidad de las empresas distribuidoras de las bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua, en el año 2015”

Variables

Variable Independiente: Impuesto a los Consumos Especiales.

Variable Dependiente: Rentabilidad de las empresas distribuidoras de las bebidas alcohólicas.

4.1.2.1 Planteamiento de la Hipótesis

H₀: Los cambios en la normativa del ICE NO se relacionan con la disminución de la Rentabilidad de las Empresas distribuidoras de Bebidas Alcohólicas.

H₁: Los cambios en la normativa del ICE SI se relacionan con la disminución de la Rentabilidad de las Empresas distribuidoras de Bebidas Alcohólicas.

4.1.2.2 Selección del Nivel Significación

Para proyectos de investigación con una muestra de 14 personas se consideró que se debe utilizar la herramienta llamada “Distribución T de Student”, debido que esta se maneja con datos menores de 30, es así que su nivel de riesgo será de 5% y nivel de confianza el 95%.

4.1.2.3 Desarrollo del “t” student

Tabla 19: Frecuencias observadas

	Alta	Normal	Baja	
No. de pregunta	En gran medida	Medianamente	Nada	TOTAL
1	12	2	0	14
7	12	1	1	14
Σ				28

Fuente: Investigación Campo

Autor: Daniela Quispe

Se calcula la media por cada pregunta selecta, partiendo que los tamaños muestrales son $n_1=2$ y $n_2 = 2$.

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$$\bar{X1} = \frac{14}{2}$$

$$\bar{X1} = 7$$

$$\bar{X2} = \frac{14}{6}$$

$$\bar{X2} = 2,33$$

Desviación estándar correspondiente al grupo S1 y S2

$$S = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (x - \sum \bar{X})^2}$$

$$S1 = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X1 - \sum \bar{X1})^2}$$

$$S2 = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X2 - \sum \bar{X2})^2}$$

$$S1 = \sqrt{\frac{1}{2-1} \sum (2 - 7)^2}$$

$$S2 = \sqrt{\frac{1}{6-1} \sum (6 - 2, 33)^2}$$

$$S1 = \sqrt{\frac{1}{1} \sum (-5)^2}$$

$$S2 = \sqrt{\frac{1}{5} \sum (3, 67)^2}$$

$$S1 = \sqrt{\frac{1}{1} (25)}$$

$$S2 = \sqrt{\frac{1}{5} \sum (13,4689)}$$

$$S1 = \sqrt{(25)}$$

$$S2 = \sqrt{2,69378}$$

$$S1 = 5$$

$$S2 = 1,64$$

Continuamos con la desviación típica de acuerdo a los resultados obtenidos para la siguiente fórmula.

$$S^2 = \frac{(n1 - 1)S1^2 + (n2 - 1) S2^2}{n1 + n2 - 2}$$

$$S^2 = \frac{(2 - 1)(5)^2 + (6 - 1) (1,64)^2}{2 + 3 - 2}$$

$$S^2 = \frac{(1)(25) + (5) (2,6896)^2}{3}$$

$$S^2 = 20,39$$

Así mismo se procede al cálculo del error estándar

$$EE = \sqrt{S^2 \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2} \right)}$$

$$EE = \sqrt{20,39 \left(\frac{1}{2} + \frac{1}{6} \right)}$$

$$EE = \sqrt{20,39 \left(\frac{2}{3} \right)}$$

$$EE = \sqrt{13,59}$$

$$EE = 3,69$$

4.1.2.4 Grados de Libertad

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (2 - 1) (6 - 1)$$

$$gl = 1*5$$

$$gl = 5$$

Partiendo en la tabla de distribución para "T" se obtuvo el grado de significancia que es:

$$\infty = 2,0150$$

Tabla 20: Distribución para "t" student

α n-1	0,25	0,2	0,15	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
1	1,0000	1,3764	1,9626	3,0777	6,3138	12,7062	31,8205	63,6567	636,6192
2	0,8165	1,0607	1,3862	1,8856	2,9200	4,3027	6,9646	9,9248	31,5991
3	0,7649	0,9785	1,2498	1,6377	2,3534	3,1824	4,5407	5,8409	12,9240
4	0,7407	0,9410	1,1896	1,5332	2,1318	2,7764	3,7469	4,6041	8,6103
5	0,7267	0,9195	1,1558	1,4759	2,0150	2,5706	3,3649	4,0321	6,8688
6	0,7176	0,9057	1,1342	1,4398	1,9432	2,4469	3,1427	3,7074	5,9588
7	0,7111	0,8960	1,1192	1,4149	1,8946	2,3646	2,9980	3,4995	5,4079
8	0,7064	0,8889	1,1081	1,3968	1,8595	2,3060	2,8965	3,3554	5,0413
9	0,7027	0,8834	1,0997	1,3830	1,8331	2,2622	2,8214	3,2498	4,7809
10	0,6998	0,8791	1,0931	1,3722	1,8125	2,2281	2,7638	3,1693	4,5869
11	0,6974	0,8755	1,0877	1,3634	1,7959	2,2010	2,7181	3,1058	4,4370

4.1.2.5 Cálculo Matemático

Datos obtenidos a través de desviaciones estándar y varianza:

$$gl = 5$$

$$\infty = 2,0150$$

$$\bar{X}_1 = 7$$

$$\bar{X}_2 = 2,33$$

$$n_1 = 2$$

$$n_2 = 6$$

$$EE = 3,69$$

$$S^2 = 20,39$$

Aplicación de Prueba “t” Student

Fórmula

$$t = \frac{(X1 - X2)}{\sqrt{S^2p \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2}\right)}}$$

Desarrollo

$$t = \frac{(7 - 2,33)}{\sqrt{20,39 \left(\frac{1}{2} + \frac{1}{6}\right)}}$$

$$t = \frac{4,67}{\sqrt{20,39 (0,67)}}$$

$$t = \frac{4,67}{\sqrt{13,6613}}$$

$$t = \frac{4,67}{3,70}$$

$$t = 1,26$$

4.1.2.6 Regla de Decisión

Con un nivel de confianza del 95% y un grado de significancia de **2,0150**, el resultado de “t” es **1,26** se rechaza hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis Alternativa o de Investigación (H1); es decir; que en los cambios en la normativa del ICE SI se relacionan con la disminución de la Rentabilidad de las Empresas distribuidoras de

Bebidas Alcohólicas. Tomando en cuenta que si está dentro del intervalo de confianza $(-2,0150; +2,0150)$ y que el resultado “t” es < “menor” al grado de significancia.

4.1.2.7 Representación gráfica de t student

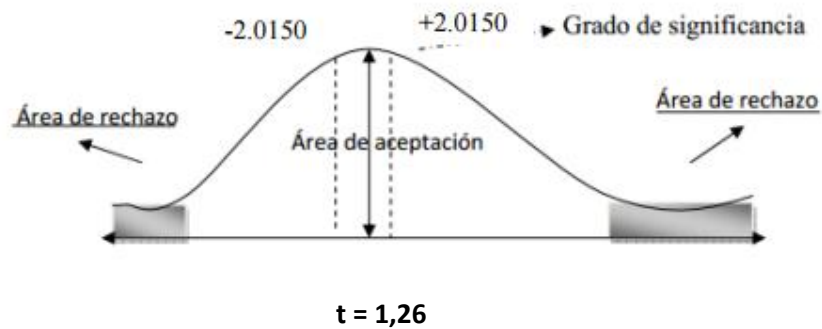


Gráfico 16: Representación gráfica de t student

4.2 Limitaciones del Estudio

Conceptual

- **Campo:** Contabilidad
- **Área:** Tributaria
- **Aspecto:** Impuesto a los Consumos Especiales y Rentabilidad en las empresas distribuidoras.

Espacial

Este proyecto de investigación se realizó en empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas dentro de la provincia de Tungurahua.

Temporal

Su periodo comprendió desde el 01 de enero al 31 de diciembre del 2015.

4.3 Conclusiones

- De acuerdo a la investigación aplicada en el sector de las distribuidoras de bebidas alcohólicas en la provincia de Tungurahua, la variación del impuesto a los consumos especiales afecta a la rentabilidad que ellos sabían obtener antes de aplicarse ciertas medidas como las salvaguardias en las importaciones.
- Los consumidores finales por precio de venta prefieren la compra a las personas que traen de otros países a bajo costo y sin pagar los respectivos impuestos en la aduana, considerado como contrabando.
- En ciertos distribuidores habían modificación en su nómina de empleados debido que ya no contaban con los recursos necesarios para seguir pagando a empleados, justificando que el movimiento del negocio ha ido disminuyendo.

4.4 Recomendaciones

- Para llegar a la rentabilidad que normalmente percibían las distribuidoras tendrán que buscar productos nacionales que tengan mayor demanda con un precio cómodo al alcance del consumidor.
- Buscar proveedores que importen ciertos licores de preferencia del mercado para llenar la cuota de petición del producto.
- Con el análisis financiero realizado, los dueños de las empresas deberán buscar otras alternativas para mantener su utilidad o que no disminuya más de lo que ya ha sido de acuerdo a estos últimos años.

Referencias Bibliográficas

BIBLIOGRAFÍA

Antoñanzas, F., Puy, M., & Pradas, R. (2008). Las bebidas alcohólicas en España: salud y economía. *Scielo*.

Baena, D. (2010). *Análisis financiero*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Benítez, M. (2009). *Manual Tributario*. Quito: Corporación de estudios y publicaciones.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación.

Cedeño, & Rody. (2010). *Investigación Científica y Diseño de Tesis*. Manta: Mar Abierto.

Corchero, S., & Pérez, V. (2004). *Finanzas para emprendedores*. Colección EOI Empresas.

Córdoba, M. (2007). *Gerencia Financiera Empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Córdoba, M. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Delgado, F., & Muñiz, M. (2005). *Cuadernos de Hacienda Pública Teoría de Impuestos*. España: ediuno.

Escobar, H., & Cuartas, V. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Medellín: Sello editorial.

Eslava, J. (2003). *Análisis Económico-Financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Madrid: ESIC.

- Flores, J., Pico, A., & Trejo, C. (2016). El Impuesto a los Consumos especiales y su impacto en el consumo del cigarillo en el Ecuador. Periodo 2007-2013. *Caribeña de Ciencias Sociales*.
- García, M., & Jordá, J. (2004). *Dirección financiera*. Barcelona: UPC.
- García, R., Velar, L., & Cañadas, Á. (2009). *Análisis de los estados contables en el nuevo PGC 2008*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gitman, L., & Castro, O. (2010). *Administración financiera*. México: Pearson.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Diemerino Editores.
- Herrera, N., Reif, B., Suarez, A., & Malo, M. (2009). El alcohol y las políticas públicas en Venezuela: dos estudios. *Organización Panamericana de la Salud*, 1-150.
- Magaña, M., & Leyva, C. (2011). Costos y rentabilidad del proceso de producción apícola en México. *Scielo*.
- Mera, F. (2013). *Los impuestos indirectos en el Ecuador*. Ambato.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.

Otal, S., Serrano, G., & Serrano, R. (2007). *Simulación Financiera con delta Simul-
e*. Madrid: Díaz de Santos.

Paz, J. J., & Cepeda, M. (2015). *Historia de los Impuestos en Ecuador* . Quito:
Edición Digital.

Shim, J., & Siegel, J. (2004). *Dirección financiera*. Aravaca (Madrid): McGRAW-
HILL/ INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.

Universo, E. (26 de Marzo de 2016). *Pago del Impuesto a Consumos Especiales
para cigarrillos, alcohol y gaseosas se duplicó*. Obtenido de El Universo:
[http://www.eluniverso.com/noticias/2016/03/26/nota/5486883/pago-ice-
cigarrillos-alcohol-gaseosas-se-duplico](http://www.eluniverso.com/noticias/2016/03/26/nota/5486883/pago-ice-cigarrillos-alcohol-gaseosas-se-duplico)

ANEXOS

Anexo No.1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A: LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE BEBIDAS ALHOCOLICAS EN TUNGURAHUA

OBJETIVO: Obtener información sobre la rentabilidad de las empresas con los cambios que ha ido apareciendo en la normativa dentro del año 2015.

INSTRUCTIVO:

- Lea detenidamente cada pregunta
- Seleccione de acuerdo a su realidad.

LUGAR: Dentro de la Provincia de Tungurahua

FECHA: JUNIO DEL 2016

ENCUESTA

1.- ¿En qué medida se ha visto afectado su empresa con los cambios normativos del Impuesto a los Consumos Especiales en las bebidas alcohólicas?

1.1 En gran medida

1.2 Medianamente

1.3 Nada

2.- ¿Los cambios en la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales ha causado el reajuste en la nómina de sus empleados?

2.1 SI

2.2 NO

3.- ¿Indique el porcentaje de los productos que Ud. compran de acuerdo a su origen?

3.1

1-30	31-70	71-100
------	-------	--------

 Nacional

3.2

1-30	31-70	71-100
------	-------	--------

 Importados

4.- ¿En qué medida el contrabando de bebidas alcohólicas ha incidido en la disminución de ventas en el año 2015?

4.1 En gran medida

4.2 Medianamente

4.3 Nada

5. ¿Ud. considera que los cambios en la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales contribuyen a la disminución el consumo de las bebidas alcohólicas?

5.1 SI

5.2 NO

6. ¿En qué medida afecta la forma de imposición del Impuesto a los Consumos Especiales al precio de venta en las bebidas alcohólicas?

6.1 En gran medida

6.2 Medianamente

6.3 Nada

7. ¿Cómo se ha visto afectada la rentabilidad en el año 2015 por el aumento del precio ex fábrica o ex aduana?

7.1 En gran medida

7.2 Medianamente

7.3 Nada

8.- ¿Considera que para tener mayor rentabilidad Ud. debería importar directamente las bebidas alcohólicas?

8.1 SI

8.2 NO

9. ¿Con que frecuencia se aplica los Indicadores Financieros para la toma de decisiones?

9.1 Mensual

9.2 Trimestral

9.3 Semestral

9.4 Anual

10. ¿Considera Ud. que la distribución de las bebidas alcohólicas son negocios rentables?

10.1 SI

10.2 NO

ANEXO No. 2

ANÁLISIS HORIZONTAL

Tabla 21: Estados Individuales de Situación Financiera

EMPRESA XYZ				
ESTADOS INDIVIDUALES DE SITUACION FINANCIERA				
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014				
(Expresado en Miles de Dólares de E.U.A.)				
	AÑO 2015	AÑO 2014	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 653.839,78	\$ 638.457,88	\$ 15.381,90	2%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 69.923,78	\$ 48.468,64	\$ 21.455,14	44%
TOTAL DEL ACTIVO	\$ 723.763,56	\$ 686.926,52	\$ 36.837,04	5%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 319.490,49	\$ 499.935,41	\$ (180.444,92)	-36%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 165.439,84	\$ 19.740,86	\$ 145.698,98	738%
TOTAL PASIVO	\$ 484.930,33	\$ 519.676,27	\$ (34.745,94)	-7%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 238.833,23	\$ 167.250,25	\$ 71.582,98	43%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 723.763,56	\$ 686.926,52	\$ 36.837,04	5%

Fuente: Investigación Campo

Autor: Daniela Quispe

Tabla 22: Estados Individuales de Resultados Integrales

EMPRESA XYZ				
ESTADOS INDIVIDUALES DE RESULTADOS INTEGRALES				
POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014				
(Expresado en Miles de Dólares de E.U.A.)				
	AÑO 2015	AÑO 2014	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
VENTAS NETAS LOCALES DE BIENES GRAVADAS CON TARIFA 12% DE IVA	\$ 1.791.867,21	\$ 1.383.802,76	\$ 408.064,45	29,49%
TOTAL INGRESOS	\$ 1.791.867,21	\$ 1.383.802,76	\$ 408.064,45	29,49%
TOTAL COSTOS	\$ 1.347.094,57	\$ 877.592,49	\$ 469.502,08	53,50%
TOTAL GASTOS	\$ 348.727,86	\$ 309.351,12	\$ 39.376,74	12,73%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 1.695.822,43	\$ 1.186.943,61	\$ 508.878,82	42,87%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 96.044,78	\$ 196.859,15	\$ (100.814,37)	-51,21%
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 85.443,21	\$ 168.813,60	\$ (83.370,39)	-49,39%
TOTAL IMPUESTO CAUSADO	\$ 18.797,51	\$ 37.138,99	\$ (18.341,48)	-49,39%
UTILIDAD NETA	\$ 66.645,70	\$ 131.674,61	\$ (65.028,91)	-49,39%

Fuente: Investigación Campo

Autor: Daniela Quispe

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en su estado de Situación Financiera comparando el año 2014-2015 desglosa que en su total de activos aumento un 5% que equivale a \$36.837,04 en el año 2015. Correspondientemente su pasivo disminuye un 7% que son \$34.745,94 tomando en cuenta que sus obligaciones con sus proveedores también reducen para el año 2015. En cambio su patrimonio aumento un 43% que es \$71.582,98 debido a las utilidades acumuladas de ejercicios anteriores.

En el estado de Resultados Integral del año 2014-2015 las ventas aumentaron en un 29,49% que es igual a \$408.064,45, como también el costo a un 53,50% equivalente a \$469.502,08 para el año 2015, en caso del gasto total de la empresa creció un 12,73% que es \$39.376,74 pero todo esto acarrea que en la utilidad neta de la empresa XYZ disminuya un 49,39% de un año con otro dando una pérdida de \$65.028,91.

ANÁLISIS VERTICAL

Tabla 23: Estados Individuales de Situación Financiera, Análisis Vertical

EMPRESA XYZ				
ESTADOS INDIVIDUALES DE SITUACION FINANCIERA				
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014				
(Expresado en Miles de Dólares de E.U.A.)				
	AÑO 2015	% DE COMPORTAMIENTO	AÑO 2014	% DE COMPORTAMIENTO
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 653.839,78	90%	\$ 638.457,88	93%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 69.923,78	10%	\$ 48.468,64	7%
TOTAL DEL ACTIVO	\$ 723.763,56	100%	\$ 686.926,52	100%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 319.490,49	44%	\$ 499.935,41	73%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 165.439,84	23%	\$ 19.740,86	3%
TOTAL PASIVO	\$ 484.930,33		\$ 519.676,27	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 238.833,23	33%	\$ 167.250,25	24%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 723.763,56	100%	\$ 686.926,52	100%

Fuente: Investigación Campo

Autor: Daniela Quispe

Tabla 24: Estados de Resultados Integrales, Análisis Vertical

EMPRESA XYZ				
ESTADOS INDIVIDUALES DE RESULTADOS INTEGRALES				
POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014				
(Expresado en Miles de Dólares de E.U.A.)				
	AÑO 2015	% PARTICIPACION	AÑO 2014	% PARTICIPACION
VENTAS NETAS LOCALES DE BIENES GRAVADAS CON TARIFA 12% DE IVA	\$ 1.791.867,21		\$ 1.383.802,76	
TOTAL INGRESOS	\$ 1.791.867,21	100%	\$ 1.383.802,76	100%
TOTAL COSTOS	\$ 1.347.094,57	75%	\$ 877.592,49	63%
TOTAL GASTOS	\$ 348.727,86	19%	\$ 309.351,12	22%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 1.695.822,43	95%	\$ 1.186.943,61	86%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 96.044,78	5%	\$ 196.859,15	14%
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 85.443,21	5%	\$ 168.813,60	12%
TOTAL IMPUESTO CAUSADO	\$ 18.797,51	1%	\$ 37.138,99	3%
UTILIDAD NETA	\$ 66.645,70	4%	\$ 131.674,61	10%

Fuente: Investigación Campo

Autor: Daniela Quispe

GRÁFICOS ANÁLISIS VERTICAL

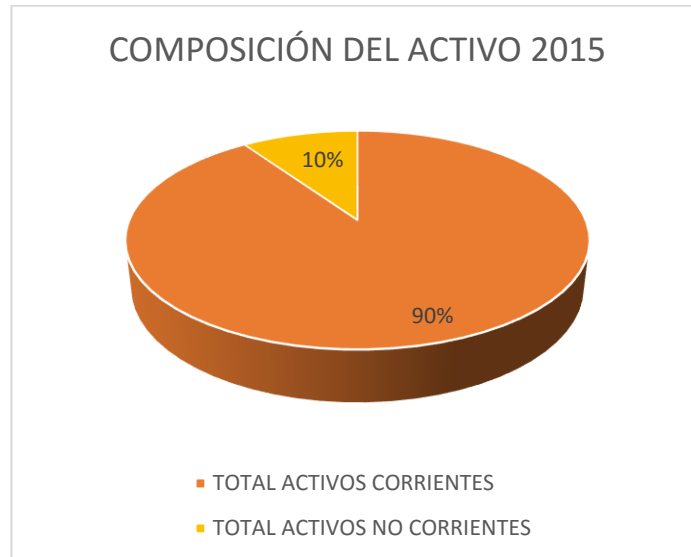


Gráfico 17: Composición del Activo 2015

Autor: Daniela Quispe

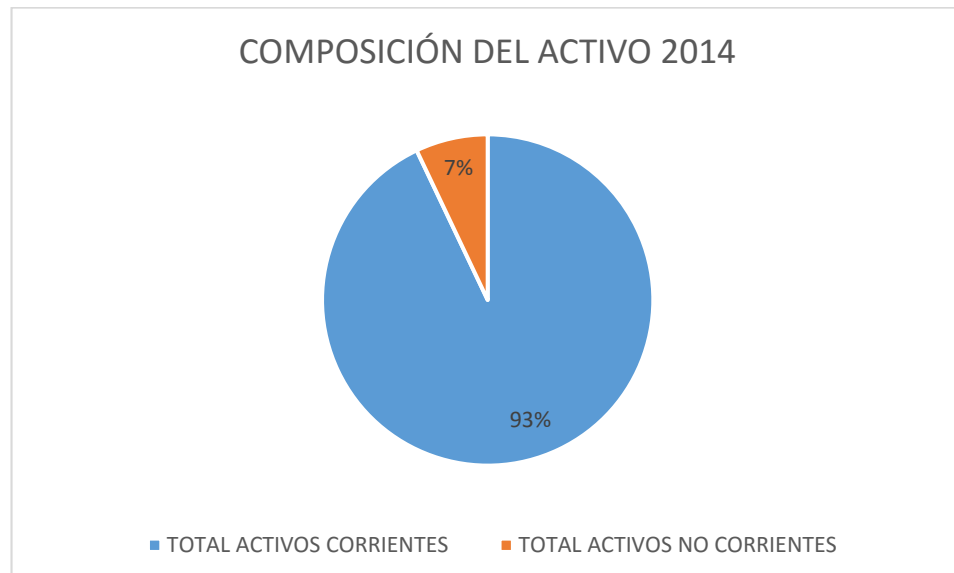


Gráfico 18: Composición del Activo 2014

Autor: Daniela Quispe

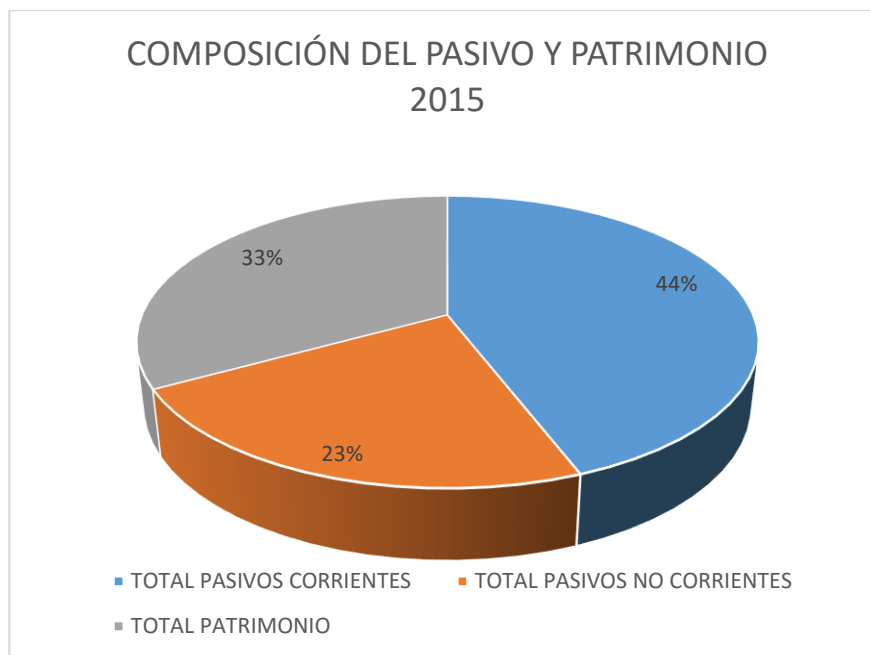


Gráfico 19: Composición del Pasivo y Patrimonio 2015

Autor: Daniela Quispe

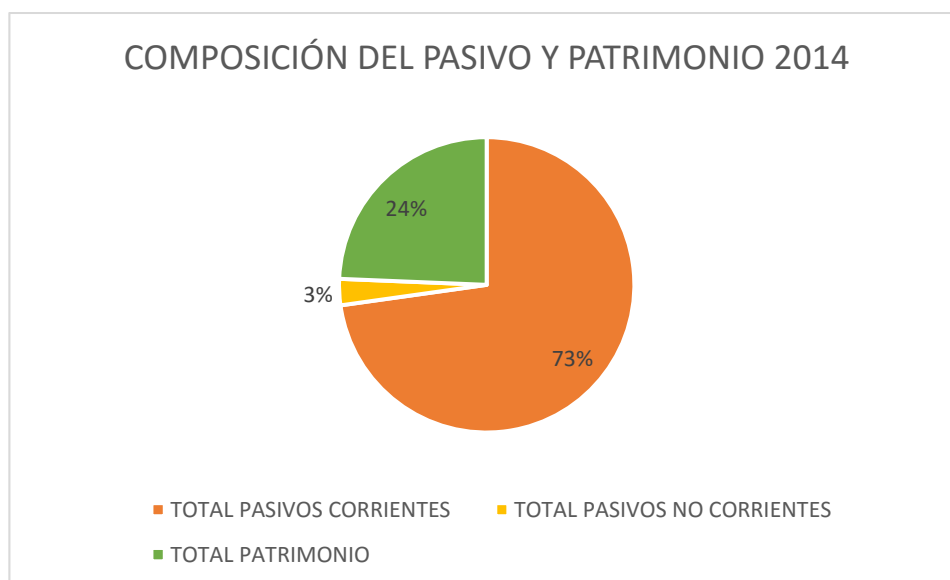


Gráfico 20: Composición del Pasivo y Patrimonio 2015

Autor: Daniela Quispe

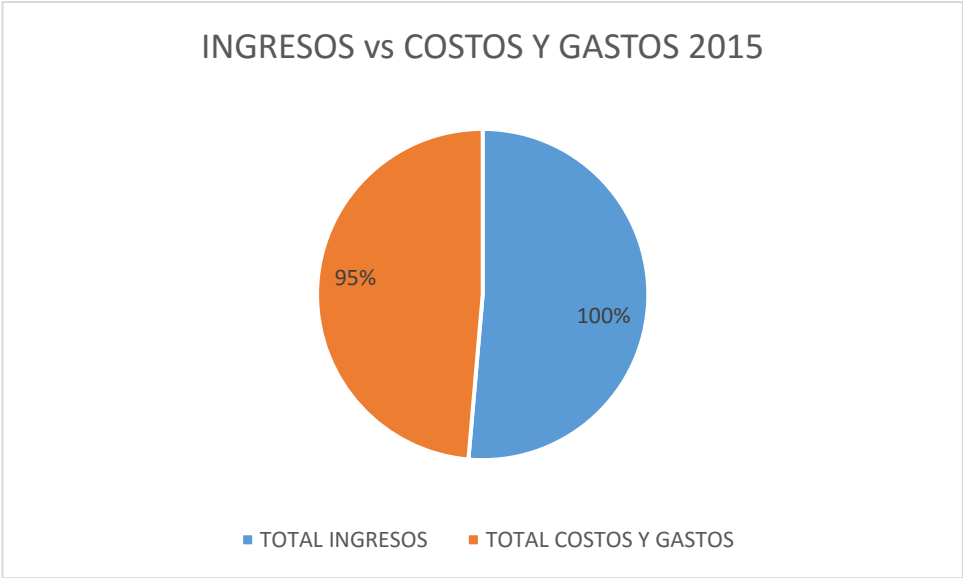


Gráfico 21: Ingresos vs Costos y Gastos 2015

Autor: Daniela Quispe

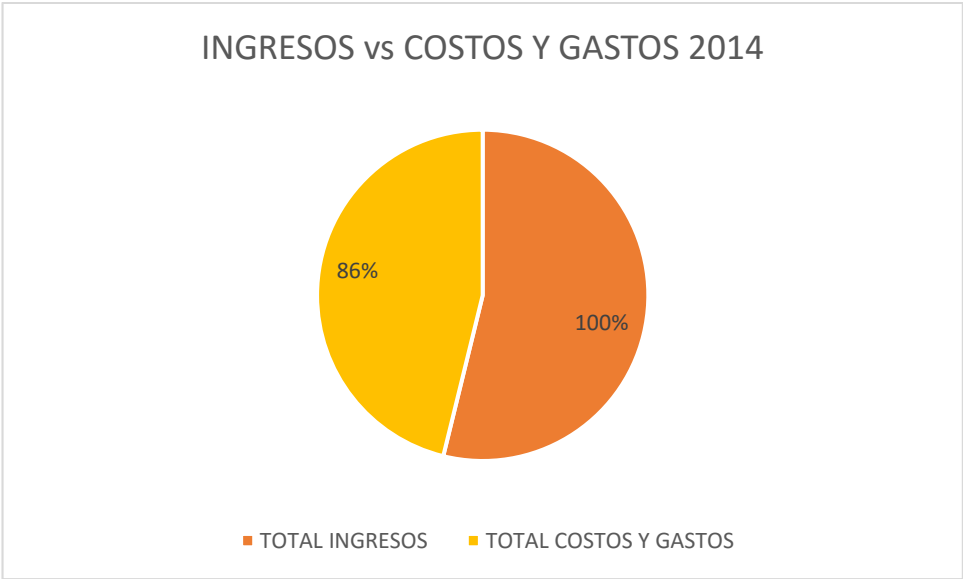


Gráfico 22: Ingresos vs Costos y Gastos 2014

Autor: Daniela Quispe

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en la composición de su activo en el año 2014 su activo corriente tiene un 93% que fue de \$638.457,88 de participación mientras que el no corriente tiene el 7% dando lugar a un valor de \$ 48.468,64 . Para el año 2015 el activo corriente fue del 90% que es igual \$653.839,78 y el no corriente del 10% con un valor de \$69.923,78, concluyendo que tuvieron liquidez.

En el total de pasivo y patrimonio el mayor porcentaje de participación en el año 2014 fue de pasivos corrientes con un 73% con \$499.935,41, mientras que el pasivo no corriente represento 3% que era \$19.740,86 y patrimonio represento un 24% que equivale a \$167.250,25. En el año 2015 pasivos corrientes fue un 44% con \$319.490,49, mientras que el pasivo no corriente represento 23% que era \$165.439,84 y su patrimonio represento el 33% que equivale a \$238.833,23 deduciendo que tiene más obligaciones a corto plazo que cancelar.

En el Estado de Resultados Integrales de la empresa XYZ en el año 2014 el total ingresos que fue un 100% pero la comparación parte del total costos y gastos , siendo que costo tuvo un 63% de participación con un valor de \$877.592,49 y de un 22% con una cantidad de \$309.351,12 y una utilidad neta del 10% con \$131.674,61. Mientras que el año 2015 el costo representa un 75% con \$1.347.094,57 , el costo 19% con un valor del \$348.727,86 y el 4% de utilidad neta con \$66.645,70, es decir que si se aumentó los costos por ende se tuvo a haber aumentado el precio de venta .

ÍNDICES FINANCIEROS

LIQUIDEZ

a) **Capital de Trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente**

AÑO 2015
CT = 653.839,78 – 319.490,49
CT= 334.349,29

AÑO 2014
CT = 638.457,88 – 499.935,41
CT= 138.522,47

VARIACIÓN
CT = (334.349,29– 138.522,47) / 138.522,47
CT= 141,36 %

Análisis e Interpretación

En la empresa XYZ el capital de trabajo al finalizar el año 2015 fue de \$ 334.349,29 y en el año 2014 de \$ 138.522,47; al ser positivo este y teniendo una variación de 141,36 % de incremento, muestra que la empresa tiene liquidez, una cancelación inmediata en sus pagos y razonablemente proporcionado para el tamaño de la empresa siendo esta una compañía.

b) **Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente**

AÑO 2015
RC = 653.839,78 / 319.490,49
RC= 2,0465 veces

AÑO 2014
RC = 638.457,88 / 499.935,41
RC= 1,2770 veces

VARIACIÓN
RC= (2,0465 – 1,2770) / 1,2770
RC= 60,26%

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en el año 2015 por cada dólar de sus pasivos dispone de \$ 2,0465 de su activo corriente, mientras que para el año 2014 por cada dólar de su pasivo corriente dispone de \$ 1, 2770 de su activo corriente, esto representa un aumento del 60, 26% en sus obligaciones correspondientes.

c) Índice o Prueba Acida = (Activo Corriente - Inventario) / Pasivo Corriente

AÑO 2015	AÑO 2014
PA = (653.839,78 – 1.345,31) / 319.490,49 PA= 2,0422	PA = (638.457,88 – 60.544,04) / 499.935,41 PA= 1,1559
VARIACIÓN	
PA = (2,0422 - 1,1559)/ 1,1559 PA= 76,68 %	

Análisis e Interpretación

En el año 2014 por cada dólar del pasivo corriente, la empresa XYZ dispone inmediatamente con el \$ 1, 1559 de respaldo en el activo corriente, mientras que el año 2015 por cada dólar de deuda de la entidad, dispuso de \$ 2, 0422 para cubrir. Este indicador registra además una variación positiva de aumento del 76,68 % y mejora la manera de ver en su visión global.

ACTIVIDAD

PLAZO PROMEDIO DE INVENTARIO

a) **Rotación Inventarios = Costo de ventas / Promedio Inventario**

AÑO 2015
RI = 877.592,49 / 30.944,68
RI= 28,36 veces

AÑO 2014
RI = 1.347.094,57 / 53.814,65
RI= 25,03 veces

Periodo Promedio de inventario = 360 / Rotación Inventarios

AÑO 2015
PPI = 360 / 28,36
PPI = 13 días

AÑO 2014
PPI = 360 / 25,03
PPI = 14 días

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ el inventario promedio ha rotado cada 14 días en el año 2014, mientras que el año 2015 ha rotado cada 13 días, es decir que haciendo referencia en el último año, les restringieron producto importado.

PLAZO PROMEDIO DE COBRO

b) **Rotación Cuentas por Cobrar = Ventas a crédito / Promedio Ctas por Cobrar**

AÑO 2015
RCC = \$ 1.343.900,41 / \$ 531.968,20
RCC I= 2,53

AÑO 2014
RCC = 1.037.852,07 / 414.740,42
RCC = 2,50

Periodo Promedio de cobros = 360 / Rotación Ctas por Cobrar

AÑO 2015
PPI = 360 / 2,53
PPI = 142 días

AÑO 2014
PPI = 360 / 2,50
PPI = 144 días

Análisis e Interpretación

En relación al plazo promedio de cobro de los clientes en promedio pagan cada 144 días en el año 2014, mientras que en el año 2015 fue de 142 días, es decir que el cobro a sus clientes en el año 2015 disminuyeron dos días a comparación con el 2014.

ROTACION DE PROVEEDORES

c) **Rotación de Proveedores = Compras a crédito / Promedio Ctas por pagar**

AÑO 2015
RP = 1.287.895,84 / 113.307,97
RP= 11,37

AÑO 2014
RP = 891.051,27 / 187.183,51
RP = 4,76

Rotación promedio de pago = 360 / Rotación Proveedores

AÑO 2015	AÑO 2014
RPP = 360 / 11,37	RPP = 360 / 4,76
RPP = 32 días	RPP = 76 días

Análisis e Interpretación

El plazo promedio de pago a proveedores estaba siendo cancelando cada 76 días en el año 2014, mientras que en el 2015 fue de 32 días, es decir que se ha disminuido 44 días con relación al año anterior , debido a políticas establecidas.

ENDEUDAMIENTO

a) Endeudamiento Total = (Pasivo Total / Activo Total) * 100

AÑO 2015	AÑO 2014
ET = (484.930,33 / 723.763,56) * 100	ET = (519.676,27 / 686.926,52) * 100
ET= 67 %	ET= 75,65 %

VARIACIÓN
ET = (67% - 75,65%) / 75,65 %
ET= -11,43%

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en el año 2014 fue el 75,65% de los recursos totales que están siendo financiados para cubrir las obligaciones, mientras que para el 2015 el 67% de los recursos totales fueron destinados para cubrir las obligaciones, esto representa una disminución de endeudamiento del 11,43% dentro de la empresa.

b) Endeudamiento Corto Plazo = (Pasivo Corriente / Activo Total) * 100

AÑO 2015	AÑO 2014
$ECP = (319.490,49 / 723.763,56) * 100$ ECP= 44,14 %	$ECP = (499.935,41 / 686.926,52) * 100$ ECP= 72,78 %
VARIACIÓN $ECP = (44,14\% - 72,78\%) / 72,78 \%$ ECP= -39,35%	

Análisis e Interpretación

En el año 2014 fue el 72,78% de los recursos totales fueron financiados para cubrir las obligaciones a corto plazo, mientras que para el año 2015 fue el 44,14% de los recursos que estuvieron destinados para cubrir las obligaciones a corto plazo, esto representa una disminución de endeudamiento del 39,35% que se representa en la cuenta CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES CORRIENTES RELACIONADAS LOCALES.

c) Endeudamiento Largo Plazo = (Pasivo no Corriente / Activo Total) * 100

AÑO 2015	AÑO 2014
$ECL = (165.439,84 / 723.763,56) * 100$ ECL= 22,86 %	$ECL = (19.740,86 / 686.926,52) * 100$ ECL= 2,87 %

VARIACIÓN

$$\text{ECL} = (22,86\% - 2,87\%) / 2,87\%$$

$$\text{ECL} = 696,52\%$$

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en el año 2014 fue de 2,87% de los recursos que estuvieron financiados para cubrir las obligaciones a largo plazo, mientras que para el año 2015 fue de 22,86%, esto representó un aumento del 696,52% de un periodo al otro en sus obligaciones financieras.

d) Apalancamiento Financiero = Pasivo Total / Patrimonio Neto

AÑO 2015

$$\text{AF} = (484.930,33 / 238.833,23)$$

$$\text{AF} = 2,03 \text{ veces}$$

AÑO 2014

$$\text{AF} = (519.676,27 / 167.250,25)$$

$$\text{AF} = 3,10 \text{ veces}$$

VARIACIÓN

$$\text{AF} = (2,03 - 3,10) / 3,10$$

$$\text{AF} = -34,52\%$$

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en el año 2014 por cada dólar el \$ 3,10 fue financiada por terceros, mientras que el año 2015 por cada dólar el \$2,03 fue financiado por terceros, apareciendo una disminución del 34,52%, deduciendo que la empresa no dispone de un buen financiamiento de terceros.

RENTABILIDAD Y EFICIENCIA

a) Gastos Operacionales sobre ventas = Gastos Operacionales / Ventas

AÑO 2015
$GO = 348.727,86 / 1.791.867,21$
GO= 19,46 %

AÑO 2014
$CP = 309.351,12 / 1.383.802,76$
CP= 22,36%

VARIACIÓN
$CP = (19,46 - 22,36) / 22,36$
CP= -12,97%

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ para el año 2014 representa un 22,36% de sus gastos sobre sus ventas, mientras que para el año 2015 tiene un 19,46% de gastos sobre ventas, teniendo una disminución del 12,97% en consecuencia los ingresos son mayores que los gastos.

b) Margen de Rentabilidad Bruta = (Ventas – Costos de Ventas) / Ventas * 100

AÑO 2015
$CP = (1.791.867,21 - 1.347.094,57) / 1.791.867,21$
CP= 24,82 %

AÑO 2014
$CP = (1.383.802,76 - 877.592,49) / 1.383.802,76$
CP= 36,58%

VARIACIÓN
$CP = (24,82 - 36,58) / 36,58$
CP= -32,15%

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ para el año 2014 representa un 36,58% de su ganancia bruta sobre sus ventas, mientras que para el año 2015 fue el 24,82%, teniendo una disminución del 32,15%, lo que ha generado es que en la empresa haya aumentado sus costos de venta de un año.

c) **Margen de Utilidad Neta = Utilidad Neta / Ventas * 100**

AÑO 2015	AÑO 2014
MUN = 96.044,78 / 1.791.867,21	MUN = 196.859,15 / 1.383.802,76
MUN= 5,36%	MUN= 14,23%

VARIACIÓN
MUN = (5,36 - 14,23)/ 14,23
MUN= -62,33%

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en sus ventas por cada \$100 gana \$14,23 en el año 2014, mientras que para el año 2015 por cada \$100 dólares gana \$5,36 en sus ventas, lo que representa una disminución del 62,33% de un año al otro, siendo así que dio lugar al aumento de los costos.

d) **Rentabilidad Patrimonio = Utilidad Neta / Patrimonio Promedio *100**

AÑO 2015	AÑO 2014
RP = 96.044,78 / 203.041,74	RP = 196.859,15 / 113.598,31
RP= 47,30%	RP= 173,29%

VARIACIÓN
RP = (47,30 - 173,29)/ 173,29
RP= -72,70%

Análisis e Interpretación

En el año 2014 del total de su patrimonio neto gano un 173,29% mientras que para un año 2015 fue de 47,30%, esto represento una disminución del 72,70% entre años estudiados, dando lugar a que se aumenten estrategias para mejorar sus ingresos.

e) **Tasa efectiva de retorno (ROI) = Utilidad Neta / Actividad Total * 100**

AÑO 2015
ROI = 96.044,78 / 723.763,56
ROI= 13,27%

AÑO 2014
ROI = 196.859,15 / 868.926,52
ROI= 22,66%

VARIACIÓN
ROI = (13,27 - 22,66) / 22,66
ROI= -41,44%

Análisis e Interpretación

La empresa XYZ en el año 2014 por cada \$100 de sus activos totales gano \$22,66 mientras que para el año 2015 gano \$13,27, tomando en cuenta con una disminución del 41,44% entre años , es decir que la empresa disminuyo su utilidad.

ANEXO No. 3

DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING MIX

Las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas después de haber realizado el proyecto investigativo, se considera que deberán tomar una decisión basada para que su rentabilidad no se vea afectada, como en los últimos año desde que apareció las salvaguardias, y el Impuesto a los Consumos Especiales en las bebidas alcohólicas.

Un punto clave será la venta de productos nacionales, proporcionando un licor de moderación a un costo accesible, a excepción de licores importados, los mismos que son escasos y poseen precios altos, todo esto conllevara a que se eleve la recaudación por medio de estos productos.

Ecuador es el segundo país en Latinoamérica que realiza ventas de alcohol ilegal, es decir, un tercio del licor que se consume es ilícito, mientras que la pérdida fiscal incluyendo la fuga de impuestos debido a este mercado supera los 128 millones de dólares. Para esto las empresas deberían invertir en campañas de concientización de que el alcohol adulterado.

Para esto se considera realizar un marketing mix, con el objeto de aplicar este análisis en conocer la situación de las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

Respecto con el precio de los licores, se deberá considerar de acuerdo a la calidad, volumen de compra, ya que como intermediadores de los productores hacia las licoreras, se debe buscar un valor adecuado para que la bebida alcohólica salga con mayor facilidad y tomando en cuenta un descuento respectivo. Este elemento es muy competitivo en el mercado, además es la única variable que genera ingresos dentro de una sociedad.

El producto deberá ser de calidad, variedad, y que se encuentre en etapa de crecimiento, también que la materia prima con el que fue elaborado no cause efectos secundarios para el consumidor y que su elaboración cuente con todos los permisos necesarios de salud.

Plaza o canal de distribución, en este punto se analiza como el producto llega hasta el cliente en nuestro caso hacia las licoreras, que somos un canal cortó, siendo esto un beneficio, ya que el costo del producto hacia el cliente es menor porque no existen algunos intermediadores.

Los productos deberían estar en constante promoción, especialmente lo que se encuentran en apogeo o mayor acogida, elaborando publicidad que llame la atención de los consumidores, estimulando para que adquieran el producto, tomando en cuenta ciertos beneficios para el cliente como por ejemplo: sus necesidades y costo.