



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE 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 en la venta de bebidas azucaradas en el
Ecuador”

Autora: Guano Bonilla, Jessica Gabriela

Tutor: Dr. Mayorga Morales, Tito Patricio

Ambato – Ecuador
2019

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Tito Patricio Mayorga Morales con cédula de identidad No 180256768-3, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES EN LA VENTA DE BEBIDAS AZUCARADAS EN EL ECUADOR”**, desarrollado por Jessica Gabriela Guano Bonilla, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo 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 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, Julio del 2019

TUTOR



Dr. Tito Patricio Mayorga Morales

C.I. 180256768-3

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jessica Gabriela Guano Bonilla con cédula de identidad No. 180493204-2, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES EN LA VENTA DE BEBIDAS AZUCARADAS EN EL ECUADOR”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Julio del 2019

AUTORA



Jessica Gabriela Guano Bonilla

C.I. 180493204-2

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, Julio del 2019

AUTORA



Jessica Gabriela Guano Bonilla

C.I. 180493204-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

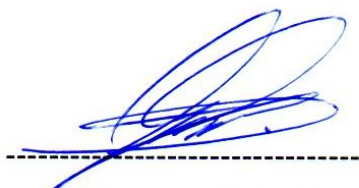
El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES EN LA VENTA DE BEBIDAS AZUCARADAS EN EL ECUADOR”**, elaborado por Jessica Gabriela Guano Bonilla, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Julio del 2019



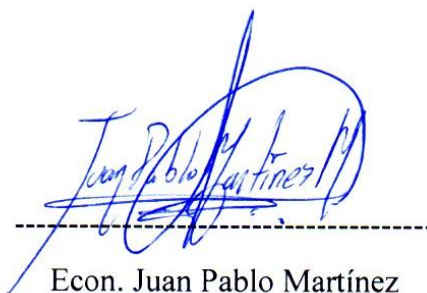
Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Ing. Roberto Valencia

MIEMBRO CALIFICADOR



Econ. Juan Pablo Martínez

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, a mis padres Juan Guano y Mercedes Bonilla por su amor trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hija.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mi querido Esposo Alex Guano por siempre estar ahí en cada momento y apoyarme en cada decisión que me he planteado por ser mi soporte diario quien me impulsa cada día para ser mejor.

Guano Bonilla Jessica Gabriela

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida. En estas líneas quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible esta investigación y que de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres y tristes de mi vida. Agradezco a mis padres: Juan Guano y Mercedes Bonilla por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa Universidad por ser los principales promotores de mis sueños por confiar y creer en mí, por sus consejos, valores, principios inculcados.

Quiero hacer presente, un agradecimiento a una persona especial en mi vida que también fue parte de mi desarrollo gracias Rocío García por ser una madre más en mi vida.

Así mismo agradezco a mis hermanos Fernando, Fredy y Abigail Guano quienes siempre han estado ahí como un ejemplo y motivación por siempre desearme lo mejor para mi vida y por darme una oportunidad de ser alguien en la vida.

De igual forma agradezco a mi esposo Alex Guano por ser quien me apoya cada instante de mi vida, me siento afortunada de tenerlo como mi compañero de vida.

Una inmensa gratitud a mi querido Tutor el Dr. Tito Patricio Mayorga Morales, por guiar esta investigación, quien desde el primer momento me brindo su amistad, su bondad, su experiencia, conocimiento para alcanzar una meta más en mi vida.

Finalmente agradezco a todos los profesores, amigos y futuros colegas quienes me brindaron esa ayuda desinteresada.

Guano Bonilla Jessica Gabriela

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

TEMA: “EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES EN LA VENTA DE BEBIDAS AZUCARADAS EN EL ECUADOR”

AUTORA: Jessica Gabriela Guano Bonilla.

TUTOR: Dr. Tito Patricio Mayorga Morales.

FECHA: Julio 2019.

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de la investigación es analizar el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) en la venta de bebidas azucaradas en el Ecuador, para lo cual se realizó un análisis descriptivo para identificar la evolución de los cambios legales desde el año 1989 hasta la actualidad, seguido de esto se estableció la tendencia del consumo con la aplicación de una encuesta, teniendo como resultado la influencia de la Ley de Régimen Tributario Interno en las ventas del sector, se concluye que el ICE es un factor clave en las decisiones estratégicas de las empresas, y así como también en el consumo de las familias en cuanto a economía y salud.

PALABRAS DESCRIPTORAS: IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES, BEBIDAS AZUCARADAS, VENTAS, CONSUMO, IMPUESTO

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

TOPIC: "THE TAX ON SPECIAL CONSUMPTION IN THE SALE OF SUGAR BEVERAGES IN ECUADOR"

AUTHOR: Jessica Gabriela Guano Bonilla.

TUTOR: Dr. Tito Patricio Mayorga Morales.

DATE: July 2019

ABSTRACT

The purpose of the investigation is to analyze the Special Consumption Tax (ICE) in the sale of sugary drinks in Ecuador, for which a descriptive analysis is carried out to identify the evolution of the changes from 1989 to the present, Information is based on the trend of consumption. The information is based on the influence of the Tax Regime Law. Internal in the sales of the sector, it is concluded that the ICE is a key factor in the strategic decisions of the companies, and also in the consumption of families in terms of economy and health.

KEYWORDS: TAX ON SPECIAL CONSUMPTION, SUGAR DRINKS, SALES, CONSUMPTION, TAX

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN 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.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	1
1.1.2 Justificación metodológica.....	4
1.1.3 Justificación práctica.....	5
1.1.4 Formulación del problema.....	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo general:.....	5
1.2.2 Objetivos específicos:.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de literatura.....	7
2.1.1 Antecedentes investigativos.....	7
2.1.2 Fundamentos teóricos.....	13

2.2 Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación	28
2.2.1 Hipótesis.....	28

**CAPÍTULO III
METODOLOGÍA**

3.1 Recolección de la información.....	29
3.2 Tratamiento de la información	35
3.3 Operacionalización de variables	36

**CAPÍTULO IV
RESULTADOS**

4.1 Resultados y discusión	37
4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación.....	72
4.3 Limitación del estudio.....	75

**CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones	76
5.2 Recomendaciones.....	77

MATERIAL DE REFERENCIA.....	78
Referencias Bibliográficas	78
Anexos	87

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1: Países que más Bebidas Azucaradas Consumen.....	9
Tabla 2: Tarifas en el año 1989.....	15
Tabla 3: Tarifa de los impuestos a los consumos especiales 2007	17
Tabla 4: Tarifas del Impuesto a los Consumos Especiales 2016	18
Tabla 5: Principales Reformas Tributarias.....	18
Tabla 6: Calculo del ICE para bebidas gaseosas con alto contenido de azúcar.....	20
Tabla 7: Empresas según ventas netas en millones de dólares en el año 2014.....	23
Tabla 8: Operacionalización de variables	36
Tabla 9: Cambios de la Normativa del Impuesto a los Consumos Especiales.	38
Tabla 10: Edad población económicamente activa analizada.....	40
Tabla 11: Género población económicamente activa analizada	41
Tabla 12: Sector de la población económicamente activa analizada.	42
Tabla 13: Estado civil de la población económicamente activa analizada.	43
Tabla 14: Nivel de educación de la población económicamente activa analizada. ..	44
Tabla 15: Ocupación de la población económicamente activa analizada.	45
Tabla 16: Estructura familiar de la muestra de estudio.....	46
Tabla 17: Peso de la población económicamente activa analizada.....	47
Tabla 18: Estatura de la población económicamente activa analizada.	48
Tabla 19: Diagnóstico de enfermedades de la muestra de estudio.	49
Tabla 20: Diagnóstico de enfermedades a familiares de la muestra de estudio.....	50
Tabla 21: Frecuencia del consumo de la población económicamente activa.	51
Tabla 22: Razones del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio. ..	52
Tabla 23: Ocasiones de consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio..	53
Tabla 24: Variación de la frecuencia del consumo de la muestra de estudio.	54
Tabla 25: Tipos de bebidas azucaradas de la población económicamente activa	55
Tabla 26: Línea de bebidas preferida de la población económicamente activa.....	56
Tabla 27: Preferencia de la presentación de bebidas azucaradas de la muestra	57
Tabla 28: Preferencia de bebidas de la población económicamente activa	58
Tabla 29: Cantidad de consumo de bebidas semanales por litro de la muestra.....	59
Tabla 30: Cantidad de dinero semanal de bebidas azucaradas de la muestra.	60
Tabla 31: Cual es el mayor consumidor de bebidas azucaradas de la muestra.....	61

Tabla 32: Decisiones guiadas en el semáforo nutricional de la muestra de estudio.	62
Tablas 33: Verificación de la tabla nutricional de la muestra de estudio.	63
Tabla 34: Razones de consumo de bebidas azucaradas más saludables de la población económicamente activa analizada.	64
Tabla 35: Posición del incremento del ICE a las bebidas azucaradas frente al riesgo de adquirir enfermedades.	65
Tabla 36: Conocimiento del incremento del impuesto a los consumos especiales de la población económicamente activa.	66
Tabla 37: Efectos del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio desde junio de 2016.....	67
Tabla 38: Tarifas de impuesto a los consumos especiales que la muestra de estudio está de acuerdo.	68
Tabla 39: Frecuencia del consumo antes del impuesto.....	73
Tabla 40: Frecuencia del consumo después del impuesto	73
Tabla 41: Codificación de respuestas.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1: Sistema gráfico de etiquetado de alimentos procesados de Ecuador.....	2
Gráfico 2: Valor de las ventas de bebidas gaseosas en América del Norte y América Latina.....	3
Gráfico 3: Consumo per-cápita (litros) de gaseosas y bebidas refrescantes en España 2015.....	10
Gráfico 4: Escala Provincial	12
Gráfico 5: Comportamiento del mercado de lácteos en el Ecuador según el tipo de productos y de bebidas azucaradas, 2010-2015	23
Gráfico 6: Principales Marcas de Refrescos.	25
Gráfico 7: Edad población económicamente activa analizada.....	40
Gráfico 8: Género población económicamente activa analizada	41
Gráfico 9: Sector de la población económicamente activa analizada.....	42
Gráfico 10: Estado Civil de la población económicamente activa analizada.	43
Gráfico 11: Nivel de educación de la población económicamente activa analizada.....	44
Gráfico 12: Ocupación de la población económicamente activa analizada.....	45
Gráfico 13: Estructura familiar de la muestra de estudio.....	46
Gráfico 14: Peso de la población económicamente activa analizada.....	47
Gráfico 15: Estatura de la población económicamente activa analizada.....	48
Gráfico 16: Diagnóstico de enfermedades de la muestra de estudio.	49
Gráfica 17: Diagnóstico de enfermedades a familiares de la muestra de estudio.....	50
Gráfico 18: Frecuencia del consumo de la población económicamente activa analizada.....	51
Gráfico 19: Razones del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.....	52
Gráfico 20: Ocasiones de consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.....	53
Gráfico 21: Variación de la frecuencia del consumo de la muestra de estudio.	54
Gráfico 22: Tipos de bebidas azucaradas de la población económicamente activa analizada.....	55
Gráfico 23: Línea de bebidas preferida de la población económicamente activa analizada.....	56
Gráfico 24: Preferencia de la presentación de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.	57

Gráfico 25: Preferencia de bebidas azucaradas de la población económicamente activa analizada.	58
Gráfico 26: Cantidad de consumo de bebidas semanales por litro de la muestra de estudio.	59
Gráfico 27: Cantidad de dinero semanal de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.	60
Gráfico 28: Cual es el mayor consumidor de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.	61
Gráfico 29: Decisiones guiadas en el semáforo nutricional de la muestra de estudio.	62
Gráfico 30: Verificación de la tabla nutricional de la muestra de estudio.	63
Gráfico 31: Razones de consumo de bebidas azucaradas más saludables de la población económicamente activa analizada.	64
Gráfico 32: Posición del incremento del ICE a las bebidas azucaradas frente al riesgo de adquirir enfermedades.	65
Gráfico 33: Conocimiento del incremento del impuesto a los consumos especiales de la población económicamente activa.	66
Gráfico 34: Efectos del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio desde junio de 2016.	67
Gráfico 35: Tarifas de impuesto a los consumos especiales que la muestra de estudio está de acuerdo.	68
Gráfico 36: Regresión lineal	69
Gráfico 37: Ventas antes del Incremento	70
Gráfico 38: Ventas en el Incremento	71
Gráfico 39: Ventas después del Incremento del impuesto	71
Gráfico 40: Ventas por Meses y Años en millones de dólares.	72
Gráfico 41: Validación de Hipótesis	74

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

1.1.1 Justificación teórica

El propósito de esta investigación es analizar el impacto que ha obtenido el Impuesto a los Consumos Especiales en las ventas de bebidas azucaradas, permitiendo determinar la incidencia real desde el punto de vista de los implicados los mismos que en su mayoría promueven el consumo de estas bebidas, de tal manera esto puede ser considerado como un factor de aporte social y económico, aplicando los medios más adecuados y buscando alcanzar un reflejo claro de cómo afecta las ventas en empresas expendedoras y fabricantes de estos productos.

De la misma manera se ha realizado investigaciones en otros países en los cuales muchas de estas, sostienen que la implementación de medidas tributarias es la mejor opción para disminuir el consumo de bebidas azucaradas.

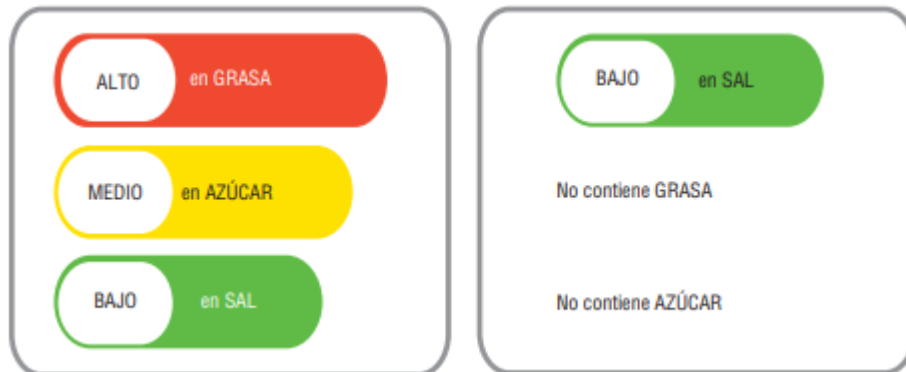
A partir del 29 de diciembre de 2007 se expidió la Ley Reformativa para el Equilibrio Tributario (LRET), la cual realizó cambios en la imposición directa e indirecta a través de modificaciones en las reglas de pago del impuesto a la Renta, IVA e ICE. Al pasar el tiempo esta realidad empezó a cambiar desde el año 2008, con una nueva constitución y un nuevo modelo de convivencia que han generado un progreso en el que la política tributaria precautela la justicia y la redistribución de la riqueza (Asamblea Nacional, 2007)

Según (H. Congreso Nacional, 2016). Expone en el registro oficial de suplemento 744 de 29 de abril, que la base imponible se establecerá en función de los gramos de azúcar que contenga cada bebida no alcohólica, de acuerdo a la información que conste en los registros de la autoridad nacional de salud. Además, este proceso permite facilitar de forma idónea la interpretación y aplicar de la ley.

Por consiguiente, en la presidencia del Eco. Rafael Correa, para reducir el consumo de estas bebidas que afectan a la salud se decide llevar a cabo un plan de medidas tributarias en la cual se establece la Ley de Equilibrio a las Finanzas Públicas y de igual manera crean medidas que ayudan a la salud donde se establece un reglamento

Sanitario de Etiquetado de alimentos procesados como la semaforización el cual se muestra a continuación. (Díaz, y otros, 2017)

Gráfico 1: Sistema gráfico de etiquetado de alimentos procesados de Ecuador.



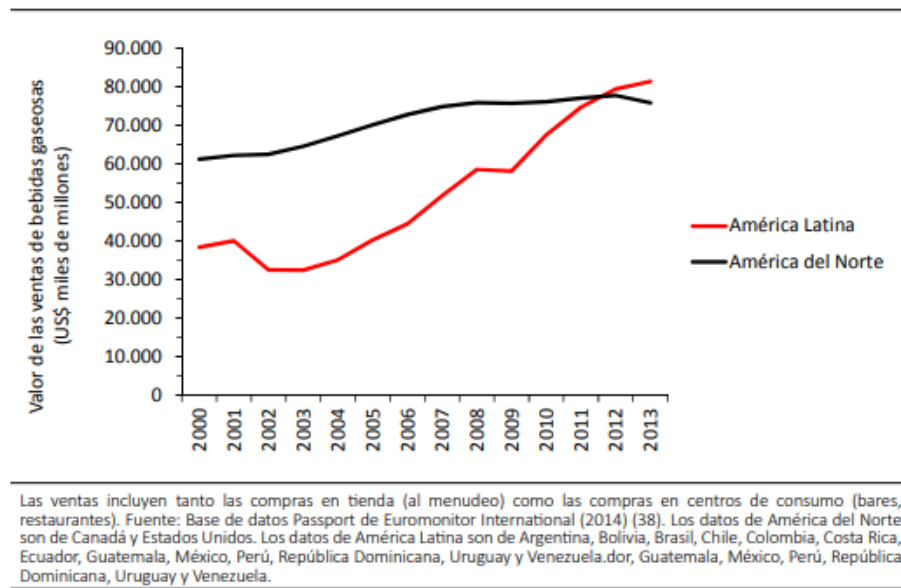
Fuente: Díaz, et al.(2017) tomado de: Pan. American Journal of Public Health

Se plantea que las empresas productoras de Bebidas Azucaradas busquen alternativas para reducir los niveles de azúcar en sus productos, debido a que efectivamente el alto consumo de azúcar es dañino para la salud.

No obstante, se considera importante el conocimiento de leyes y normas que regulan el consumo de bebidas azucaradas, de tal modo que las empresas expendedoras de estos productos cumplan con sus deberes de forma eficiente y eficaz.

En otros términos, Washington (2015) en la Organización Panamericana de Salud comenta que es de suma importancia tener información de cómo afecta el consumo de bebidas azucaradas a la salud y de la misma manera, da a conocer el valor de las ventas de bebidas gaseosas en América del norte y América Latina desde el 2000 al 2013 como se lo puede identificar en la siguiente gráfica.

Gráfico 2: Valor de las ventas de bebidas gaseosas en América del Norte y América Latina.



Fuente: Washington, et al. (2015) tomado de: Organización Panamericana de la Salud

Según lo mencionado en el párrafo anterior y la gráfica expuesta de las ventas se puede identificar que, el consumo de estas bebidas es inevitable por tal motivo muchos países de América latina y América del norte realizan investigaciones, del problema que conlleva el consumo de estos productos.

Por tal motivo, se han ido implementando normas y leyes que ayudan a regular la venta de bebidas azucaradas tanto para la regulación del consumo como para la recaudación de impuestos que ayuden a mantener un nivel de vida optimo y una vida saludable para la ciudadanía.

De igual manera, La ley de Equilibrio a las Finanzas Públicas tiene como efecto tributario grabar un impuesto de \$0,25 centavos de dólar por litro de bebidas azucaradas, con esta investigación se quiere analizar el impacto que afecta a las empresas productoras de bebidas azucaradas de acuerdo al volumen de ventas y las preferencias de sus consumidores.

Sin embargo, en muchas investigaciones mencionan que el consumo de bebidas azucaradas conlleva a problemas de salud, en los cuales se identifica la obesidad y enfermedades cardiometabólicas (Vasanti, Schulze, & Hu, 2006)

Tomando como herramienta de soporte la información recopilada se enfoca el proyecto a la búsqueda de medidas que pueden ser implementadas para el análisis de los cambios que tienen las normativas, en las ventas de bebidas azucaradas.

Sin embargo, una de las principales finalidades de este proyecto investigativo es procesar interpretar e informar la situación económica en las ventas que realizan las empresas expendedoras de bebidas azucaradas con la aplicación de la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas.

Para finalizar queda claro que con esta investigación se contribuye con nueva información, que ayude a las empresas expendedoras de bebidas azucaradas a comprender el comportamiento de la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, de igual manera informar a la sociedad el comportamiento de las ventas en las empresas, e identificar si en nuestro país existe un excesivo consumo del mismo, además esto ayudara a informar los cambios en las ventas de bebidas azucaradas.

1.1.2 Justificación metodológica

La elaboración y aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales se la realiza para analizar el efecto en la venta de bebidas azucaradas y de la misma manera para desincentivar el consumo excesivo de las bebidas azucaradas por tal motivo la investigación que se propone se basara en fuentes de exploración que ayuden a desarrollar una visión más amplia por consiguiente se ha tomado como referencia a fuentes secundarias tales como son: La página web de la Superintendencia de Compañías y resoluciones emitidas por dicho organismo, La página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) ,el Servicio de Rentas Internas (SRI) y circulares emitidas por el mismo, también se aportará con información obtenida de artículos y proyectos investigativos publicados en la base de datos como Dialnet, Redalyc, Scielo y Elsevier

Dichas fuentes de investigación proporcionan información detallada que permite obtener información, para enfocar al objetivo de estudio y dar un realce y conocimiento efectivo de cómo afectan el Impuesto a los Consumos Especiales en la venta de Bebidas Azucaradas.

De la misma manera esta indagación forma parte del proyecto de investigación llamado, La Política Tributaria y el Consumo de Bebidas Azucaradas en el Ecuador, que se ejecuta en la FCAUD y su objetivo es determinar la incidencia en la salud del consumo de bebidas azucaradas.

1.1.3 Justificación práctica

Esta investigación se realizará porque existe la necesidad de identificar el efecto que provocó el impuesto de los consumos especiales en la venta de bebidas azucaradas.

El consumo de las bebidas azucaradas, es hoy en día un hábito común en gran parte de las poblaciones y su consumo continua en aumento cada día principalmente en las más jóvenes.

Con la presente investigación se pretende determinar cómo se ve afectada las ventas de bebidas azucaradas, con la implementación de impuestos y leyes que ayudan a la regulación de su consumo.

Por ende, esta investigación ayudara a identificar la aplicación de leyes y normas que ayuden a controlar el consumo de bebidas dañinas para la salud de la ciudadanía, e identificar si las ventas disminuyen.

De la misma manera esta investigación quiere dar a conocer a la sociedad los problemas que conlleva el excesivo consumo de bebidas azucaradas y realizar una concientización en la población ecuatoriana para que tengan una vida saludable.

1.1.4 Formulación del problema

¿Cómo influye el Impuesto a los Consumos Especiales en la Venta de bebidas Azucaradas en el Ecuador?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general:

Analizar la relación que tiene el Impuesto a los Consumos Especiales en la venta de bebidas azucaradas en el Ecuador.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Analizar los cambios de la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales a las bebidas azucaradas en los últimos 30 años en el Ecuador.
- Determinar las tendencias de consumo de bebidas azucaradas en la ciudad de Ambato
- Determinar el impacto del cambio del Impuesto a los Consumos Especiales en la venta de bebidas azucaradas a partir de la emisión de la Ley Orgánica de la Finanzas Publicas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de literatura

2.1.1 Antecedentes investigativos

En este capítulo se realiza una revisión de teorías e investigaciones previas, conceptos que se relacionan con la investigación, además esto permitirá profundizar y alimentar con nuevas indagaciones el desarrollo de este proyecto.

Durante los años 80, el Ecuador atravesó por lo que se llama la crisis de la deuda externa entrando así en una etapa de graves desequilibrios internos ya que el estado cubría los gastos con la deuda externa. Para llegar a su conformación el esquema de Tributación Ecuatoriano ha experimentado varias reformas y reestructuraciones a lo largo de la historia, ligadas a la actividad política y a la realidad económica de cada época. Sucesivos cambios han definido la trayectoria evolutiva de los ingresos de fuente directa e indirecta en el sistema tributario. (Ocampo, Stallings, Bustillo , Velloso, & Frenkel, 2014)

Una de las investigaciones que realizan Silva & Duran (2014) en su artículo “Bebidas Azucaradas más que un Simple Refresco” indica que Durante los últimos 40 años se han experimentado cambios profundos en el perfil epidemiológico de Chile en este sentido cobra importancia la relación del consumo de bebidas azucaradas y su asociación con la obesidad, diabetes tipo 2, síndrome metabólico, hipertensión, cáncer de páncreas y otras enfermedades crónicas que hacen que tomen conciencia sobre el bienestar de la población por lo que llevan a realizar muchos estudios y la manera de cómo evitar el consumo de estos productos y su calidad de vida.

De acuerdo a la investigación realizada en un artículo llamado “Efectos de las Bebidas Gaseosas Sobre Algunas Resinas Compuestas” se han enfocado principalmente en los efectos que ocasionan las bebidas carbonatadas en la micro dureza superficial de los dientes por tal motivo al realizar muchas pruebas llegan a constatar que las bebidas carbonatadas afectan este problema por ende al consumir

estos productos están afectando a problemas odontológicos y además de otros problemas referentes a la salud (Soto-Montero & Lafuente-Marín, 2013)

Conforme a la investigación realizada por Canela- Caceres (2013) en su artículo “El consumo de bebidas carbonatadas y dulces no solo causa obesidad, quizás también está relacionado con trastornos de la conducta y agresividad” las bebidas referidas (llamadas frecuentemente “Refrescos”) contienen, además de agua carbonatada o no, fructuosa, aspartamo, benzoato sódico, ácidos cítricos o fosfórico y a menudo, cafeína. Este último componente se ha relacionado en otros estudios con trastornos del sueño, ansiedad e impulsividad en niños y adolescentes.

Por otro lado, la Organización Mundial de la Salud (2016) , recomienda cobrar un impuesto que incremente un 20 o 30% el precio final del producto en alimento con alto contenido de grasa, sal y azúcar, para evitar de esa manea el consumo excesivo del mismo.

Debido al creciente consumo de bebidas azucaradas, se estima que hay un total de 148.000 muertes anuales. El 5% de ellas ocurren en los países donde los ingresos anuales son bajos, el 70,9% en los países de renta media y el 24,1% en los países de mayor ingreso anual de la población (Aroca-Gamero M. D., 2017, pág. 7).

Las bebidas gaseosas son producto de alta aceptación y consumo en todo el mundo debido a que muchas de las empresas van desarrollando, bebidas gaseosas al gusto de acuerdo a los estilos de vida, necesidades y cambios que la sociedad los requiera. (Olano-Paredes , 2014)

Por tal razón las bebidas azucaradas se han considerado un problema a nivel mundial, se puede considerar una de las más perjudiciales para la salud debido a su alto contenido de azúcar, que da origen a múltiples enfermedades (Organización Panamericana de la Salud, 2017).

A continuación, se detallarán los países con mayor consumo de bebidas azucaradas.

Tabla 1: Países que más Bebidas Azucaradas Consumen

Posición	País	Litros (por persona al año)
1	ARGENTINA	144,8
2	MÉXICO	142,0
3	CHILE	138,6
4	URUGUAY	115,9
5	BOLIVIA	87,20
6	GUATEMALA	82,9
7	BRASIL	80,8
8	REPUBLICA DOMINICANA	69,0
9	COSTA RICA	68,9
10	COLOMBIA	66,5
11	ECUADOR	63,8
12	VENEZUELA	62,6
13	PERÚ	54,9

Fuente: (Euromonitor Internacional, 2014)

El sobrepeso y la obesidad se ha incrementado en todo el mundo, en las últimas décadas se ha convertido en un grave problema de salud pública internacional que ha sido asociada con un mayor riesgo de padecer diabetes tipo 2 enfermedades cardiovasculares y ciertos tipos de cáncer (Araneda-Flores, y otros, 2017, pág. 4).

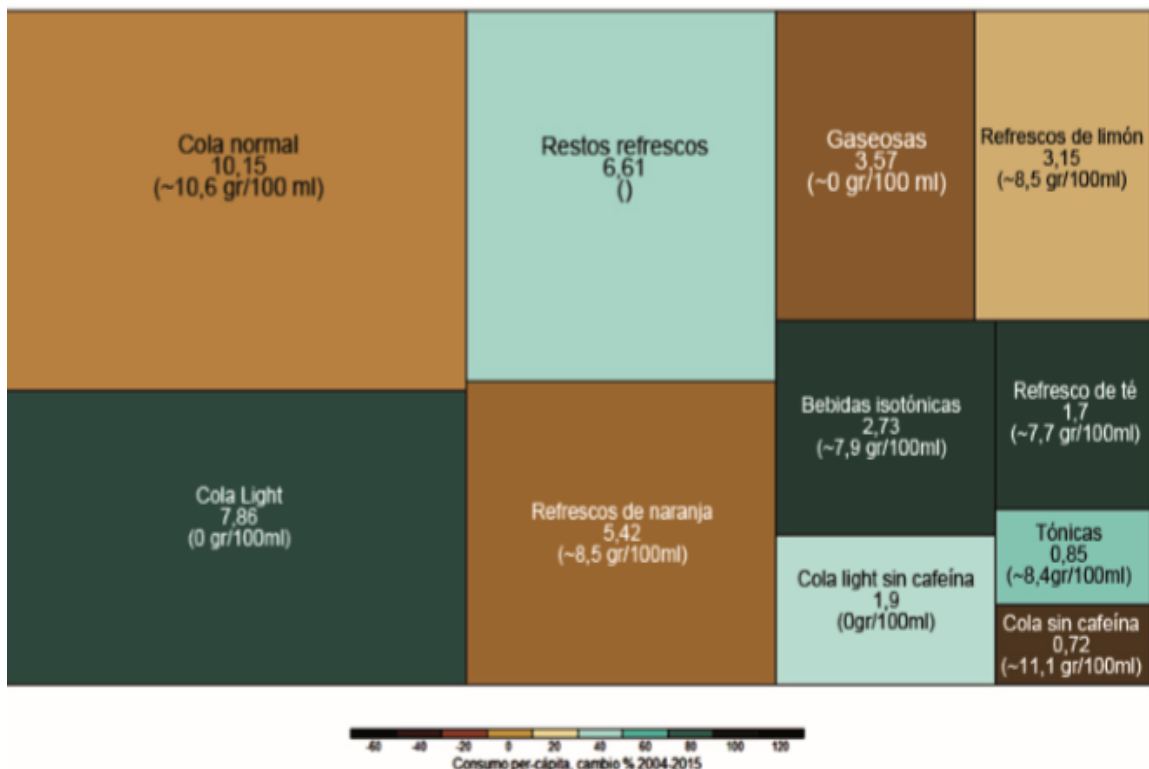
Conforme a la investigación que realiza Quimbayo (2015). en su investigación “ El Impuesto a la Gaseosa en Colombia” indica que la mayoría de comida chatarra en general son accesibles al consumidor y en especial al de más bajos ingresos; ofreciendo un producto más barato que es fácilmente adherido a la canasta familiar y por lo tanto conlleva a la afectación de la salud de la población, por tal motivo pretenden implantar un impuesto del 20% para la bebidas gaseosas y de esta manera disminuir el consumo de productos nocivos y aumentar el recaudo tributario del país.

Según (Valverde Obando, 2018) La ANFAB informó que los jugos y aguas son los productos de mayor expansión en el mercado nacional, por otro lado, la

producción y el consumo local de gaseosas en el Ecuador durante al año 2015 fue de 1.000 millones de litros. Sin embargo, el aumento a nivel mundial de enfermedades ligadas a la ingesta de bebidas azucaradas como la obesidad y la diabetes han llevado a la industria de bebidas a cambiar su enfoque de producción hacia bebidas más naturales y funcionales.

De acuerdo a las investigaciones que realizan Ortún , López-Valcárcel , & Pinilla (2016) en su artículo “El Impuesto Sobre Bebidas Azucaradas en España” indican que el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes en el hogar en 2015, según el panel de consumo en hogares del Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente, basado en una muestra de 6.200 hogares, fue de 44,6 litros por persona al año (41.8 litros en 2004, incremento del 6,7% en una década). El 46,2% del total corresponde a refrescos de cola. En la última década ha habido un continuo proceso de sustitución de refrescos con azúcar añadido por refrescos light, cuyo consumo per-cápita más que se duplicó desde 2004, para lo cual se puede identificar en la siguiente gráfica.

Gráfico 3: Consumo per-cápita (litros) de gaseosas y bebidas refrescantes en España 2015.



Fuente: Ortún, et al. (2015) tomado de: Base de datos de consumo en hogares del Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente

De acuerdo con el gráfico anterior se puede identificar que las empresas comercializadoras de bebidas gaseosas actualmente están creando productos nuevos que ayuden a proteger y mejorar los problemas de salud.

En cambio, la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFAB), informa que el sector de bebidas aporta a la economía nacional, tanto en producción como en generación de plazas de trabajo. La industria de alimentos es una de las más dinámicas del país en el 2015, el sector representó el 39% del PIB (Armijos S. , 2015).

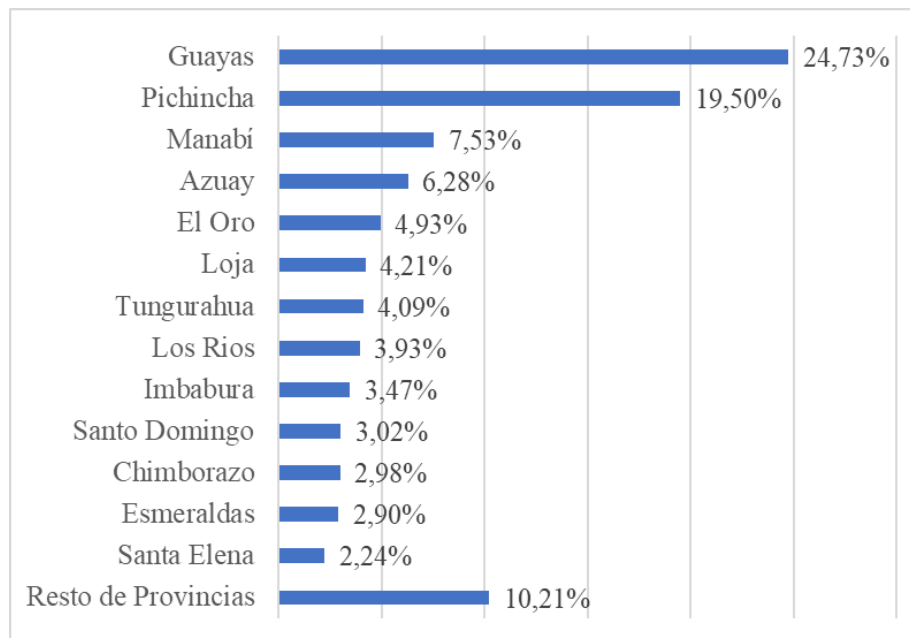
Según Casares, García, Ruiz, & Sobarzo (2015) en su artículo "Distribución del Ingreso, Impuestos y Transferencias en México" Durante los últimos años muchos países en desarrollo consideran a los ingresos tributarios como una de las opciones primordiales, para la recaudación de recursos para el desarrollo de la ciudadanía y es así que han optado por reformas fiscales orientadas a gravar el consumo en lugar del ingreso, arguyendo que el efecto redistribuidor, en todo caso, provendría del gasto público.

De acuerdo con el estudio realizado por Flores-Poveda, Pico, & Alcívar Trejo (2016) informan que, las medidas adoptadas por la mayoría de los gobiernos son los impuestos dentro de la economía mundial ecuatoriana. Los Impuestos a los Consumos Especiales se han implementado para desestimular el consumo de productos nocivos para la salud humana sin embargo cuando se pronuncia impuestos enseguida la gente piensa que estos solo sirven para engrosar el gasto público perjudicando a la sociedad y beneficiando al gobiernos, pero ese concepto que tiene la mayoría de los ecuatorianos es incorrecto, debido que este impuesto en específico es creado para concientizar a la sociedad de cómo afectan todos los productos que están gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales.

El impuesto a los consumos especiales en muchos países se ha creado como un método de recaudación y de prevención para disminuir el consumo de productos que afecten la salud. Por tal razón el Impuesto a los Consumos Especiales, es una medida que ayuda a la ciudadanía a concientizar y ver más allá de un pago de impuestos, más bien distinguir el impacto que da el consumo de ciertos productos para la salud de sus familias.

Por otro lado en una de las investigaciones que realiza el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2012 indica que dentro del análisis sectorial el 36,9% de los establecimientos del país se dedican a alimentos y bebidas por lo que representa 7,7% del Producto Interno Bruto (PIB), de la misma manera se pudo identificar que en el ámbito del personal ocupado existen 448.540 personas lo que representa al 21,8% del total Nacional, por otro lado, a escala nacional se pudo identificar que existe mayor número de establecimientos dedicados a estas actividades económicas por lo que se muestra una gráfica identificando la escala provincial (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Analisis Sectoriales, 2012)

Gráfico 4: Escala Provincial



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

Según el Servicio de Rentas Interna (2017) informa en su “Boletín de Prensa” que el impuesto a los consumos especiales que se pagaba sobre el precio de las bebidas gaseosas, energéticas y jugos artificiales se estableció una tarifa de USD 0,18 por cada 100 gramos de azúcar por litro lo que esta medida ayuda a la mayoría de la sociedad ecuatoriana, a la prevención de enfermedades y corregir distorsiones y abusos en los beneficios tributarios.

2.1.2 Fundamentos teóricos

Tributación

La tributación tiene su origen en la convivencia de los hombres como sociedad, en donde para satisfacer necesidades colectivas debían aportar con un porcentaje de dinero, en productos agrícolas, o con trabajo según como lo determinaba la autoridad de dicha sociedad, entonces se puede decir que la tributación es el aporte que exige el Estado a la ciudadanía para financiar las necesidades de la comunidad, en la actualidad se conoce tres formas en que el estado recauda fondos, entre estos tenemos Impuesto a los consumos especiales, Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado, entre otras las contribuciones y tasas (Calle-Oleas, Malla-Alvarado, Lalangui-Lima, & Guamán-González, 2017)

La tributación es la encargada de analizar, entender y comprender la información, que exige el Estado y de esta forma la ciudadanía obtenga un adecuado criterio de la cultura tributaria.

Obligación Tributación

La obligación tributaria Según el Art 15 dispone que es un vínculo jurídico personal, existente entre el estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacer una prestación de dinero, especies o servicios apreciables, al verificarse el hecho generador previsto por la ley (Codigo Tributario, 2014).

Impuesto

Los impuestos se consideran principalmente como fuentes de financiamiento del Presupuesto General del Estado, en otras palabras, los impuestos tienen fines recaudatorios.

De acuerdo con Vitti (1934, pág. 28)“El impuesto es una parte de la renta de la ciudadanía, que el estado percibe con el fin de proporcionarse los medios necesarios para la producción de los servicios públicos generales”

Según (Krugman, Obstfeld , & Melitz , 2012) indica que los impuestos son instrumentos de política macroeconómica que se destinan a la burocracia, salud,

educación y seguridad, la teoría económica se debe considerar que el consumo de cualquier producto. Está sujeto, entre otros factores, al cambio en los precios de venta al consumidor, esto quiere decir que, si los precios de un bien específico aumentan se debería esperar que el consumo o la demanda de este producto decrezca, lo que se conoce como la relación inversa entre las variables precio y demanda.

Álvarez de Cifuegos (2014, pág. 15) “El impuesto es una parte de la renta nacional que el estado se apropia a la satisfacción de las necesidades públicas, distrayéndolas de la partes alícuotas de aquella renta propiedad de las economías privadas y sin ofrecer a estas compensación específica y recíproca de su parte”

Acorde con lo ya mencionado de los autores se puede decir que el impuesto es una contribución para el desarrollo de la ciudadanía, también los impuestos son creados para cuidar el bienestar social, debido a que los impuestos aparte de ser fuentes de recaudación son unos de los factores que ayudan a disminuir el consumo de productos nocivos para la salud es por eso que a continuación se presentará los tipos de impuestos de acuerdo con el criterio de autores.

Tipos de impuestos

Impuestos Directos

A estos impuestos se los considera directos porque son los que gravan directamente la renta o el patrimonio de los contribuyentes por ejemplo una vivienda, un terreno o un salario en otras palabras pagas al estado por lo que tienes y por lo que ingresas. (Servicio de Impuestos Internos , 2019)

Impuestos Indirectos

En cambio, a estos impuestos se grava el consumo de la renta de la persona, por ejemplo, pagas cuando compras en el supermercado, por lo tanto, se aplica sobre el consumo y las transmisiones de bienes o derechos (Servicio de Impuestos Internos , 2019)

Impuestos Progresivos

Este impuesto progresivo, es aquel cuya tasa de tributación o tarifa aumenta en la medida en que sus ingresos aumenten, entonces la persona que más ingresos reciba debe pagar mayores impuestos porcentuales uno de los ejemplos más citado es el Impuesto a la Renta. (Santos, 2013)

Impuestos Regresivos

El impuesto regresivo es el que afecta a las personas con escasos recursos económicos, es decir que todas las personas por igual deben pagar el mismo valor sin importar su estatus social como por ejemplo el IVA. (Santos, 2013)

Impuesto a los Consumos Especiales

El Impuesto a los Consumos Especiales ICE es un impuesto a bienes y servicios nacionales, importados o de carácter nocivos para la salud. Según el Gobierno, este impuesto busca desestimular el consumo de productos que pueden causar enfermedades crónicas. El objetivo de este impuesto es reducir el consumo de ciertos productos que afectan a la salud humana. (Amoroso, 2014)

El Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) es una medida de ajuste económico adoptado para varios países con la finalidad de obtener un cambio en los patrones de consumo de la población.

A continuación, se presentará las tarifas ad valorem a los consumos especiales de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla 2: Tarifas en el año 1989

Grupos	Tarifas
1.- Cigarrillos	
Clases de cigarrillos	
A.- Elaborados con tabaco rubio	
a.- Hembra con o sin filtro de marca extranjera, producido bajo licencia o importado	260%
b.- Hembra con filtro de marca nacional, empaque especial	240%
c.- Hembra sin filtro de maraca nacional, empaque convencional	200%
B.- Elaborados con tabaco negro	
a.- Nacionales de hembra con filtro importados	70%
b.- Nacionales de hembra sin filtro	30%

c.-Nacionales de hembra fronterizo	10%
2.- Cerveza Tarifa Única	85%
3.- Bebidas Gaseosas Tarifa Única	20%
4.- Aguas Minerales y Aguas Purificadas Tarifa Única	5%
5.- Alcohol y Producto Alcohólicos Distintos a la Cerveza Tarifa Única	10%

Fuente: Registro Oficial 341. (1989) tomado de: Ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla 3: Tarifa de los impuestos a los consumos especiales 2007

Grupos	Tarifas Ad Valoren
Productos de tabaco y sucedáneo del tabaco (abarcan los productos preparados totalmente o en parte utilizando como materia prima hojas de tabaco y destinados hacer fumados, chupados, inalados, marcados o utilizados como rape)	150%
Bebidas gaseosas	10%
Perfumes y aguas de tocador	20%
Video Juegos	35%
Armas de fuego, armas deportivas y municiones excepto aquellas adquiridas, por la fuerza pública.	300%
Focos incandescentes excepto aquellos utilizados como insumos, automotrices.	100%

Fuente: Registro Oficial 242. (2007) tomado de: Ley de Régimen Tributario Interno

Una de las características de la creación del Impuesto a los Consumos Especiales es que permite reducir el consumo de productos que afecten la salud. Para lo cual el Servicio de Rentas Internas establece tarifas específicas señaladas en el Grupo V del Artículo 82 de la ley de régimen Tributario.

Tabla 4: Tarifas del Impuesto a los Consumos Especiales 2016

Grupo V	Trifa Específicas
Cigarrillo	0,16 USD por unidad
Bebidas alcohólicas, incluida la cerveza artesanal	7,22 USD por litro de alcohol puro
Cerveza Industrial	12 USD por litro de alcohol puro
Bebidas no alcohólicas y gaseosas con contenido de azúcar mayor a 25 gramos por litro de bebida, excepto energizantes.	0,18 USD por 100 gramos de azúcar

Fuente: Registro Oficial 368. (2016) tomado de: Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI)

Desde la creación del Impuesto a los Consumos Especiales hasta la actualidad, se han realizado una serie de reformas que se han venido adquiriendo al pasar los años cuyas características y reformas se las van detallando en la Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI).

Para lo cual se realiza una tabla con sus respectivas reformas y cambios que se van generando al transcurrir el tiempo y sus respectivas modificaciones tributarias.

Tabla 5: Principales Reformas Tributarias

Reforma	Fecha	Impuesto	Descripción
Ley Reformativa de Equidad Tributaria.	Diciembre 2007	Impuesto a los consumos especiales (ICE)	Eliminación del ICE a telecomunicaciones; incremento del impuesto a cigarrillos, alcohol y vehículos; creación del impuesto a las armas deportivas, TV por cable y perfumes.
Reformas Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y Ley de Equidad Tributaria.	Julio 2008	Impuesto a los consumos especiales (ICE)	Exoneración del impuesto a los vehículos híbridos y mayor impuesto a los vehículos motorizados.

Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado.	Noviembre 2011	Impuesto a los consumos especiales (ICE) e Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Modificaciones varias al ICE y al IVA para vehículos híbridos y al ICE para cigarrillos y para bebidas alcohólicas.
Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas.	Abril 2016	Impuesto a los consumos especiales (ICE)	Exoneración del pago de ICE al consumo de telefonía para hogares y personas; incremento del ICE para bebidas azucaradas, gaseosas y cervezas; implantación de una base imponible para el impuesto de bebidas alcohólicas, no alcohólicas y gaseosas en función de sus proporciones de alcohol o contenido de azúcar.

Fuente: Reformas y Desarrollo en el Ecuador Contemporáneo (2018, pág. 72)

Elaborado por: Guano J (2019)

Después de investigar el proceso de evolución del impuesto a los consumos especiales se procede a poner en claro diferentes perspectivas en el consumo de bebidas azucaradas y su influencia en el mercado y en la población.

Para lo cual el SRI pone a disposición el cálculo de la aplicación de la ley del impuesto a los consumos especiales de bebidas gaseosas no alcohólicas con contenido de azúcar mayor a 25 gramos (Servicio de Rentas Internas, 2018).

Tabla 6: Calculo del ICE para bebidas gaseosas con alto contenido de azúcar (>25gr).

N°	Bebida no alcohólica / gaseosa contenido alto de azúcar (> 25 gr)	Capacidad en cc	Total, azúcar en un litro de bebida	Contenido de azúcar de la fruta en un litro de bebida	Contenido de azúcar añadida en un litro de bebida (en registro sanitario)		
		A	B	C	d=b-c		
1	Gaseosa light "kkoola"	500	72,20	19,40	52,80		
2	Néctar durazno "mi néctar"	240	58,00	30,00	28,00		
N°	Bebida no alcohólica / gaseosa contenido alto de azúcar (> 25 gr)	Capacidad en litros	Contenido de azúcar añadida en un litro de bebida (en registro sanitario) por cada 100 gr	Volumen bruto (casillero 313)	Volumen neto (casillero 314)	Tarifa específica año 2016 (casillero 315)	ICE causado específico (casillero 319)
		e = /1000	f = d /100	Capacidad en litros * contenido de azúcar	Capacidad en litros * contenido de azúcar	desde mayo 2016	
1	Gaseosa light "kkoola"	0,50	0,53	0,26	0,26	0,18	0,04752
2	Néctar durazno "mi néctar"	0,24	0,28	0,07	0,07	0,18	0,01210

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Este cuadro ayuda a visualizar como la base imponible se establece en función de los gramos de azúcar que contenga cada bebida azucarada, de acuerdo a la información que conste en los registros de la autoridad nacional de salud, multiplicando por la

sumatoria del volumen neto de cada producto y por la correspondiente tarifa específica establecido en el artículo 82 ya mencionado anteriormente.

Venta de Bebidas Azucaradas

Venta

La venta es una relación la cual está estrechamente relacionada con la compra inclusive se puede decir que es su contraparte ya que esta consiste en la colocación en el mercado de un determinado producto o servicio con el objetivo de que sea comprado por el consumidor. La venta es un proceso de complejidad social, ya que las estrategias van dirigidas a un cumulo de personas configuradas como clientes, por lo que la empresa que produce el bien o servicio debe concentrarse no solo en vender el producto, sino también de hacer un correcto uso de la publicidad a fin de agrardarle al consumidor y más aún tenerle fiel al producto que se desea vender. (Taboola, 2019)

Factores que afectan las ventas

Se pone a consideración estar atentos al entorno e intentar pronosticar y elaborar estrategias entre diferentes escenarios, se pone a consideración dos entornos que afectan las ventas

1.- Entorno externo

Este entorno no está dentro de las manos de las empresas sino fuera de ellas, y cuenta con los siguientes factores.

- **Económico:** Las personas adquieren el producto dependiendo de la disponibilidad económica.
- **Legal y Político:** Es importante estudiar el entorno legal del país n donde se sitúa la empresa.
- **Técnicos:** La tecnología no solo influye en las estrategias de ventas sino también influye en la capacidad de vender con eficacia.
- **Socioculturales:** Tener presente el comportamiento demográfico la diversidad cultural, valores éticos, la religión debido a que es de suma importancia para identificar mejor las necesidades del mercado.
- **Ambientales:** La naturaleza es de suma importancia debido a que se debe analizar si la materia prima utilizada para su elaboración afecta a la ecología.

2.- Entorno interno

Este se encuentra formado por los siguientes factores o elementos a tener en cuenta.

- **Metas, Objetivos y Culturas:** La misión, visión y objetivos de una empresa que pretende vender bienes o servicios deberán estar centrados en el cliente.
- **Recursos Humanos:** Es necesario considerar la integración de todos los miembros de la empresa.
- **Recursos Financieros:** Una empresa sana en sus finanzas podrá invertir en la investigación de nuevos productos o servicios.
- **Capacidad de Producir:** Es la capacidad de que el producto siempre se encuentre disponible en el mercado.
- **Capacidad de Servicio:** Cumplir con un alto nivel de calidad ofrecer a sus clientes un valor agregado y un buen servicio.
- **Capacidad de Investigación y Desarrollo:** Invertir en tecnología le permite a la empresa estar a la vanguardia e invertir en la investigación de nuevos productos. (Navarro-Mejia, 2012)

Bebidas Azucaradas

Las bebidas azucaradas (SSB, por sus siglas en inglés) incluyen cualquier bebida a la cual se le haya añadido un edulcorante calórico es decir cualquier tipo de azúcar, estas bebidas pueden ser los refrescos, bebidas gaseosas, bebidas de jugos, bebidas deportivas, bebidas energéticas, leches azucaradas o bebidas de café (Boston Public Health, 2014)

De igual manera según los estudios realizados por Díaz y otros (2017) dan a conocer que la industria alimentaria debería modificar la composición de algunos de sus productos o los retire del mercado, no obstante mediante sus estudios realizados en 2015, permite identificar el perfil de nutrientes de la organización panamericana de la salud y los análisis de consumo de alimentos procesados y bebidas azucaradas en Ecuador señalan la necesidad de revisar el etiquetado y acompañarlo de medidas complementarias con el fin de revertir la tendencia en el patrón alimentario de la población, por lo que se presenta dicho estudio en la gráfica siguiente.

Gráfico 5: Comportamiento del mercado de lácteos en el Ecuador según el tipo de productos y de bebidas azucaradas, 2010-2015

Producto	Variables	Periodo					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
Quesos procesados	Volumen (toneladas)	2 740,00	2 830,00	2 893,57	2 965,80	3 009,47	3 042,70
	Ventas (millones de \$US)	22,39	24,08	25,56	26,92	28,48	29,83
Quesos no procesados	Volumen (toneladas)	11 120,00	11 370,00	11 828,79	12 235,30	12 614,28	12 993,06
	Ventas (millones de \$US)	92,34	99,71	107,83	114,70	122,35	130,04
Total quesos	Volumen (toneladas)	13 860,00	14 200,00	14 722,35	15 200,60	15 623,74	16 035,77
	Ventas (millones de \$US)	114,73	123,79	133,39	141,63	150,83	159,87
Leches saborizadas	Volumen (toneladas)	24 175,68	24 853,69	25 117,08	26 509,44	26 744,14	23 715,17
	Ventas (millones de \$US)	63 891,49	72 324,23	72 914,9	77 277,67	81 484,05	75 332
Leches naturales (*)	Volumen (toneladas)	391 496,63	379 724,21	381 988,4	388 131,6	395 816,2	398 912,54
	Ventas (millones de \$US)	369 923,8	392 067,71	411 037,11	427 350,52	447 326,87	460 396,98
Total leches	Volumen (toneladas)	415,672,31	404,577,9	407,105,48	414,641,04	422,560,34	422,627,71
	Ventas (millones de \$US)	433 815,29	464 391,94	483 952,01	504 628,19	528 810,92	535 728,98
Yogurt bebible	Volumen (toneladas)	44 150,99	45 277,56	45 165,14	45 118,66	44 463,97	38 169,87
	Ventas (millones de \$US)	100,06	108,87	114,42	119,23	122,93	109,12
Yogurt con frutas	Volumen (toneladas)	5 390,04	5 537,50	6 106,32	6 350,80	6 549,50	6 455,33
	Ventas (millones de \$US)	20,28	21,60	24,07	25,80	27,48	27,82
Yogurt natural	Volumen (toneladas)	3 797,93	3 882,26	4 266,00	4 413,30	4 526,50	4 630,74
	Ventas (millones de \$US)	10,74	11,40	12,91	13,88	14,77	15,61
Total yogures	Volumen (toneladas)	53 338,97	54 697,32	55 537,46	55 882,76	55 539,97	49 255,94
	Ventas (millones de \$US)	131,09	141,87	151,39	158,91	165,19	152,56
Total lácteos	Volumen (toneladas)	482 871,28	473 475,22	477 365,29	485 724,4	493 724,05	487 919,42
	Ventas (millones de \$US)	434 061,11	464 657,6	484 236,79	504 928,73	529 126,94	536 041,41
Total bebidas azucaradas	Volumen (Millones litros)	1 632,0	1 736,6	1 839,9	1 925,3	1 991,7	2 059,9
	Ventas (millones de \$US)	1 493,8	1 669,5	1 845,2	2 009,0	2 109,7	2 218,0

Fuente: Fuente: Díaz, et al. (2017) tomado de: Pan. American Journal of Public Health

A continuación, se presentará las 10 principales empresas de bebidas a nivel mundial, según ventas netas en 2014 en millones de dólares.

Tabla 7: Empresas según ventas netas en millones de dólares en el año 2014.

Empresas	Ventas en Millones de Dólares
Anheuser-Busch InBev	USD 47.063.000
The Coca-Cola Co	USD 45.998.000
PepsiCo Inc.	USD 31.342.000
Nestlé S.A	USD 27.002.000
Heineken N.V	USD 23.303.000
SABMiller PLC	USD 22.311.000

Diageo	USD 21.789.000
Starbucks Corp.	USD 12.665.000
Pernod Ricard	USD 9.614.000
Suntory Holding LTD*	USD 7.474.000

Fuente: STATISTA (2019)

El aumento del consumo de las bebidas azucaradas se considera uno de los principales factores que impulsan la epidemia mundial de obesidad y se ha relacionado con un mayor riesgo de diabetes, enfermedades, cardiovasculares y caries dental. Sus efectos negativos ha llamado a la Organización Mundial de la Salud a realizar un llamado a los políticos, líderes empresariales y a la sociedad en su conjunto para que diseñen y pongan en práctica formas eficaces de desintoxicar a los consumidores de su predilección por las bebidas no alcohólicas y que apoyen la elección de otras más saludables. (Ecoticias, 2019)

Varios estudios de investigación demuestran que las bebidas azucaradas hacen daño a la salud de los jóvenes, por lo que se presenta unos puntos muy importantes para el conocimiento del consumo de bebidas azucaradas.

- Las bebidas azucaradas contribuyen un 22% de las calorías vacías que consumen los jóvenes.
- Las bebidas azucaradas son la fuente número 1 de calorías en las dietas de los jóvenes adolescentes.
- Los niños consumen un 20% más de las calorías de bebidas azucaradas entre 1999-2004 que las consumidas 10 años antes.
- El tomar tan solo una bebida azucarada de 8-oz al día aumenta por un 60% las probabilidades de que el niño sea obeso.
- Las compañías gastan más en hacer propaganda a las bebidas azucaradas a los niños y adolescentes que para cualquier otra categoría de alimentos.
- El estar expuesto a los anuncios de bebidas azucaradas, está relacionado con un mayor consumo en general de bebidas azucaradas por parte de los niños.
- Las compañías de bebidas dirigen abiertamente sus programas de propaganda a los adolescentes.

- Las compañías de bebidas han señalado que consideran a los hispanos y a los afroamericanos, como la fuente de mayor crecimiento futuro para sus productos azucarados. (Boston Public Health, 2014).

A continuación, se presentará las marcas y empresas más destacadas en el ámbito de producción de las bebidas azucaradas según el Informe de OXFAM (2013).

Gráfico 6: Principales Marcas de Refrescos.



Fuente: Informe OXFAM (2013).

Tras la marca durante los últimos siglos las poderosas empresas Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, Mondelez International (antes conocida como Kraft Foods), Nestlé, PepsiCo y Unilever que son empresas dedicadas a la alimentación y bebidas han disfrutado de un éxito comercial sin precedentes, sin embargo mientras estas empresas han ido prosperando, los millones de personas que consumen dichos productos, se han visto afectadas por el excesivo consumo de bebidas azucaradas, por lo que a todas las empresas, les incitan a tomar las medidas necesarias para crear un sistema alimentario justo.

De acuerdo con la investigación que realiza Rodes, Pique & Trilla (2007). da a conocer un término de dieta mediterránea esta dieta se refiere a los patrones tradicionales de alimentación propia de los países mediterráneos. En términos nutricionales este patrón alimentario se traduce en una dieta baja en ácidos grasos saturados y colesterol.

Según García-Flores, López-Espinoza, Martínez-Moreno, Beltrán-Miranda, & Zepeda-Salvador, (2017) en su investigación “Estrategias para la disminución del consumo de bebidas endulzadas” menciona que el aumento del consumo de bebidas endulzadas, como los refrescos o gaseosas , jugos, leches saborizadas y

bebidas energéticas, han sido relacionadas con la prevalencia de sobrepeso, obesidad y enfermedades metabólicas a nivel mundial.

Por tal motivo los autores de este artículo ayudan a ver las formas de cómo disminuir la mala alimentación y el consumo excesivo de bebidas endulzantes y por ende se debe realizar una concientización a la sociedad sobre una buena alimentación, para lo cual muchos países comienzan a realizar charlas de cómo alimentarse de mejor manera, e implementar leyes que ayuden a reducir el consumo de bebidas endulzadas para prevalecer la salud de la ciudadanía.

Muchos libros dan a conocer sobre las dietas los cuales se concentran en alimentos y las calorías, a menudo poniendo en segundo plano o peor aun no tratando precisamente las consecuencias de consumir bebidas azucaradas, sin embargo, si eliminamos completamente las bebidas azucaradas, muy probablemente perderían peso, también cuidarían la salud dental debido a que las bebidas azucaradas son perjudiciales para el cuidado bucal (Turchese, 2003).

Por tal motivo esta investigación ayudara a ver de forma más específica si la sociedad está dispuesta a cambiar sus hábitos alimenticios, y si la aplicación de leyes ayuda a disminuir el consumo de las bebidas azucaradas.

Teorías del Impuesto a los Consumos Especiales

De acuerdo a la teoría presentada por Smith en su obra la contribución predial los derechos de transferencia de la propiedad, los diezmos, los impuestos de transferencia de la propiedad, los diezmos el impuesto a la renta de las casas, los gravámenes a las utilidades de tipos especiales de negocios, los tributos especiales a la ganancia los impuestos a los salarios y los gravámenes en formas de tasas o derechos sobre bienes de consumo ya sea de lujo o de primera necesidad, con el agregado de Ricardiano que dedica un capítulo al análisis del impuesto al oro, metal monetario que Smith no considera además de eso David Ricardo realizó investigaciones adicionales que permitió identificar que los impuestos son una forma de corregir externalidades en el consumo además creo para todo aquel que se interese en los problemas tributarios y fiscales, la parte de los Principios de Economía Política y Tributación creado para el estudio de la imposición, además

se considera a los impuestos como una fuente fundamental de ingresos económicos para el desarrollo de la Economía Gubernamental no obstante además, es una forma de mitigar los gastos innecesarios de las personas (Kirk-Retchkiman, 1977)

En la investigación que realiza James Duesenberry menciona que el ingreso económico influye de igual manera al consumo de productos nocivos debido a que mayor ingreso obtenga mayor es el consumo, por tal razón menciona que la influencia de los impuestos en la eficiencia económica es una forma de mitigar el consumo y elegir una nueva forma alternativa de consumo (Morettini , 2002)

Según Aroca menciona que existe evidencia de que una buena administración de los impuestos a productos nocivos, conduce al resultado deseado de reducir el consumo y sus nefastas consecuencias para la salud de hecho, el aumento de los impuestos es una forma de mitigar el consumo ayudando a los gobiernos a estabilizar la economía sin dejar de lado, que la gente disuadiera la adquisición de esos productos. (Aroca-Gamero M. , 2010)

Según la teoría de Keynes el decremento del consumo se debería llevar a cabo vía un incremento de los impuestos indirectos, debido a que afecta a los ingresos de los contribuyentes y por lo tanto al consumo. No obstante, para determinar si el consumo se ve afectado se debe considerar y analizar el comportamiento de los impuestos en el país y las reformas tributarias en los últimos años. (Argoti-Chamorro, 2013)

Los impuestos Pigouvianos (nombrados así por las contribuciones del economista inglés Arthur Pigou) según el Instituto Nacional de Salud Pública (2019) menciona que tiene como propósito corregir externalidades o fallas de mercado que derivan del consumo de bienes que se asocian con daños a la salud como tabaco, alcohol y bebidas azucaradas. De igual manera Agostini, Corvalán, Cuadrado , Martínez, & Paraje (2018) justifican que la utilización de impuesto Pigouviano, en nutrientes o alimentos que generen efectos negativos en la salud, o la sola existencia de externalidades negativas importantes deben ser razón suficiente para aplicar impuestos que ayuden a evitar el consumo. Así mismo el

Ministerio de Hacienda (2017) informan que el impuesto Pigouviano puede realizarse a través de una alícuota Ad Valorem, con un monto fijo o una combinación de los dos.

Cuando el impuesto grava el consumo de productos diferenciados, y la cantidad del mal de producto es constante se recomienda el uso de impuesto de monto fijo. De esta manera el impuesto fijo afecta a todos los productos de la misma forma y reduce los incentivos a cambiar el patrón del consumo. Para ello Sandoval (2017) en su libro Impuestos Saludables y Salud Pública, menciona que en general los impuestos son uno de los métodos que se aplican para desestimular el consumo por tal razón los impuestos saludables se definen como un gravamen al consumo de comestibles dañinos para la salud. Su objetivo central es desestimular el consumo de dietas, no saludables.

2.2 Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación

2.2.1 Hipótesis

H₀: La aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales no influyo en las ventas de las bebidas azucaradas.

H₁: La aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales si influyo en las ventas de las bebidas azucaradas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

Para el desarrollo de este proyecto se consideró, diferentes bases de datos, las que mediante su estudio han ayudado a analizar el tema de investigación. Por lo que para identificar el cambio en la normativa se utilizará un enfoque descriptivo que permitirá analizar los cambios de la normativa en función de la Ley de Régimen Tributario Interno de los últimos 30 años.

Para identificar el consumo de las bebidas azucaradas se realizó una encuesta con preguntas abiertas y cerradas las cuales ayudaran a recabar información directamente de la sociedad y como ellos consideraron los cambios y reformas tributarias que se han realizado en base al Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) y el conocimiento que tienen sobre el consumo de bebidas azucaradas.

También para analizar el Impuesto a los consumos especiales en la venta de Bebidas Azucaradas, para demostrar el impacto del ICE en las ventas por meses que fueron obtenidas mediante la plataforma de estadísticas multidimensionales de la página web del SRI a partir del año 2011,2012,2013,2014,2015,2016,2017,2018 hasta el mes de abril del 2019, las empresas fabricantes de bebidas Azucaradas, informan al SRI mediante sus declaraciones mensuales. Lo que permitió recabar información, mediante el CIIU 4.0 (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) de las cuales se eligió el código C110401 que consiste en, la elaboración de bebidas no alcohólicas embotelladas (excepto cerveza y vino sin alcohol): bebidas gaseosas (colas), bebidas a base de leche y cacao limonadas, naranjadas, bebidas artificiales de jugos de frutas, jarabes de frutas, bebidas aromatizadas y/o edulcoradas, aguas tónicas, gelatina comestible, bebidas hidratantes etcétera (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012)

Población de Estudio

Normativa

Dentro de esta sección la población de estudio son todas las reformas de la Ley de Régimen Tributario Interno que se han generado con respecto al cambio que se dio

en el Impuesto a los Consumos Especiales a las bebidas azucaradas en los últimos 30 años en el Ecuador.

Tendencias de Consumo

Para poder elegir nuestra población se procedió a investigar la situación geográfica en la que se encuentra dicha población por lo que Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) La provincia de Tungurahua está situada en la zona 3 y constituido por cantones para elegir la población de estudio nos centraremos en el cantón Ambato que cuenta con 19 parroquias constituido por 329.9 mil habitantes el 65.4% respecto a la provincia de Tungurahua de los cuales están divididos en parroquias urbanas 50.1% y rurales 49.9% las cuales están ocupadas por diferentes actividades la que más se destaca en el cantón Ambato es el comercio al por mayor y menor.

Debido a la información brindada la investigación se realizará a la población Urbana dedicada al comercio por tal motivo se eligió al barrio la Merced situado al norte de la ciudad, como nuestra principal fuente de investigación debido a que es un lugar urbano dedicado al comercio y servicio.

Una vez analizada la población se procede a determinar la muestra, aplicando un cálculo estadístico.

Muestra

Normativa

La muestra utilizada es todo el universo, por lo que no se aplicará ninguna fórmula estadística, para ello se tomarán todos los Registros Oficiales de cada uno de los cambios efectuados en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Tendencias de Consumo

Para poder obtener la muestra se aplicó la siguiente fórmula debido a que la población es infinita.

Determinación del tamaño de la muestra según (Rodríguez , 1996) da a conocer el tamaño de la muestra para población infinita.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

Z= nivel de confianza

P= porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q= porcentaje de población que no tiene el atributo deseado.

e= error de estimación.

n= tamaño de la muestra.

Datos para la fórmula:

Z= 1,96

P= 50%

q= 50%

e= 7%

n= ?

Según Bencardio-Martínez (2012, pág. 433) menciona que el error del muestreo es la diferencia que puede haber entre el valor poblacional y la estimación de la misma. La totalidad de estos errores, genera la distribución de muestreo empleada para estimar el valor de la población, además el porcentaje de error podría variar en algunos casos como un complemento de nivel de confianza, del 95% daría supuestamente un error del 5% pero no siempre será el complemento, debido a que el porcentaje de error podrá aumentarse o disminuirse dependiendo del grado de precisión con que desee hacer la encuesta.

Así mismo la desviación típica de la distribución muestral de un estadístico se conoce también como su error típico a este se le puede asignar un error que va de 5% a 8% dependiendo el tamaño de la población o la muestra a tomar (Spiegel & Stephens, 2009)

De acuerdo a lo dispuesto por los autores se determinó que el 7% aplicado para la muestra infinita es aceptable por consiguiente al aplicarlo se pudo identificar, que se utilizara 196 personas para la investigación de la tendencia del consumo , del Cantón Ambato todos situados específicamente en el sector de la Merced, este es uno de los sectores donde se desarrolla el comercio y el servicio por tal motivo este se consideró como la principal fuente de exploración donde se va aplicar la encuesta para poder realizar el proyecto de investigación.

Fuentes Primarias y Secundarias

Para la presente investigación se consideró como fuentes primarias a la información obtenida de encuestas.

De la misma manera se consideró como fuentes secundarias para la investigación a la base de datos y sitios webs del SRI.

Instrumentos y métodos para recolectar información

Para analizar la siguiente investigación se desarrolló diversos procedimientos que forman la metodología, uno de estos procedimientos son el enfoque con el cual se desarrollara la investigación los métodos aplicados son, descriptivo, Regresión Lineal y Wilcoxon.

Se utilizará el método descriptivo, para identificar los cambios de la Ley de Régimen Tributario Interno, a la vez se realizará un Check List para identificar las características más importantes de todos los procesos aplicados que ha sufrido el impuesto a los consumos especiales en la venta de bebidas azucaradas de uno o varios periodos.

Por otro lado la Regresión Lineal en el presente proyecto de investigación se utilizara debido a que la problemática requiere un análisis de la oferta y la demanda de la bebidas azucaradas, y su respectiva interpretación de datos, utilizando un procedimiento estadístico que permite establecer una relación funcional o ecuación matemática que relaciona las variables de investigación, también se vale de métodos de recolección de información basada en principios estadísticos que se formulan según la problemática y para ello el enfoque utilizara técnicas de recolección de datos e interpretación de los mismos.

Por lo tanto, según Sheldon, (2007, pág. 527) en su libro “Introducción a la Estadística” menciona que la Regresión Lineal Simple se considera un par de variables, una de las cuales será denominada variable de entrada, y la otra variable de respuesta. Supongamos que, para un valor dado, X, de la variable de entrada, la variable de respuesta, Y, se puede expresar en la forma.

$$T = \beta x_1 + \alpha x_2$$

Se utilizará el método de Wilcoxon debido a que este método permite examinar las diferencias entre dos muestras paramétricas, que tengan una distribución normal, la cual nos ayudará a la verificabilidad de la hipótesis.

Según Luceño & González (2004, pág. 200) en su libro “Métodos Estadísticos para medir, describir y controlar la variabilidad” indica que la Prueba de Wilcoxon es una prueba no paramétrica de comparación de dos muestras relacionadas, se pone a disposición la fórmula para su aplicación.

$$\frac{y_i + y_j}{2} = \text{todos los promedios en parejas para } i \leq j$$

$$\frac{n(n + 1)}{2} = \text{el numero total de promedio en parejas}$$

Donde:

Y_i= Valor del conjunto de datos

Y_j= Valor del conjunto de datos

N= Tamaño de la muestra

Instrumento

El instrumento de recolección de información utilizada en la investigación es el:

- Cuestionario

Debido a que este permite redactar preguntas abiertas o cerradas, en forma de interrogatorio para poder recopilar toda la información necesaria que permita llegar a cumplir con los objetivos propuestos en la investigación.

El cuestionario que se realizo tiene los siguientes bloques investigativos.

- Aspectos Demográficos
- Aspectos de Salud
- Aspecto de Consumo

➤ Aspecto Impositivo

Confiabilidad y validez de los instrumentos de investigación utilizados.

La encuesta es una técnica muy utilizada por los investigadores según Stanton, Etzel, & Walker (2007, pág. 38) “La encuesta es un método de la investigación de mercados que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utilizan para obtener datos precisos de las personas encuestadas”

En la elaboración del instrumento de recolección de información, el cual fue escogido mediante procesos y métodos que ayudan a la recolección de datos, este debe cumplir con los requisitos de la confiabilidad y validez de acuerdo a la variable de estudio.

Para alcanzar la validez, la encuesta fue realizada con una serie de preguntas relacionadas con el tema de estudio, la cual fue revisada y corregida por el docente Tutor, este instrumento permite reconocer y distinguir la relación con cada una de las variables.

De igual manera las preguntas pueden ser 100% confiables, debido a que la encuesta se realizó directamente, a cada una de las personas encuestadas y una vez terminada la encuesta se trabajara con el Software SPSS para dar su respectivo tratamiento.

Además, muchos autores mencionan han utilizado a la encuesta como instrumento de recolección de información debido a que es un método confiable y valido por eso se pone a disposición dichas referencias de confiabilidad y validez

Según López-Roldán & Fachelli (2015, pág. 8) “ La encuesta se ha convertido en algo más que un solo instrumento técnico de recogida de datos para convertirse en todo un procedimiento un método de investigación social cuya aplicación significa el seguimiento de un proceso de investigación en todo su extensión, destinado a la recogida de los datos de la investigación, pero en el que se involucran un conjunto de técnicas que combinadas, en una sintaxis propia y coherente, que se orientan y tienen como objetivo la construcción de un objetivo científico de investigación”

Por otro lado de acuerdo con lo que señala Sabino (1992, pág. 25) el método de la encuesta ha alcanzado gran popularidad entre los investigadores debido a que es un método de recolección de datos fiables, convirtiéndose en una herramienta básica, rápida, y eficiente por tal motivo este método es recomendado por muchos investigadores debido a que ayuda a recoger gran cantidad de datos en poco tiempo.

La encuesta es uno de los instrumentos más utilizados para recolectar información debido a que este se puede realizar personalmente utilizando un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas que ayudaran a recolectar información verídica y confiable que ayuda a muchos investigadores a obtener resultados favorables. (Hernandez-Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista-Lucio, 2014, pág. 237)

3.2 Tratamiento de la información

Para el desarrollo de la investigación se procedió a realizar una encuesta a las personas del Sector de la Merced, las cuales ayudaron brindando información, mediante una encuesta que cuenta con preguntas abiertas y cerradas las cuales se analizara en el capítulo cuatro.

También para el análisis de las ventas de las empresas del sector de bebidas azucaradas que se encuentran en el código C110401 dicha información se recuperó de la siguiente manera.

- Se ingresó a la página web del servicio de rentas internas www.sri.gob.ec
- Luego se dirigió a estadísticas, da clic en estadísticas multidimensionales
- Luego se seleccionó las declaraciones104, da clic en actividad económica, año y mes fiscal
- Luego de señalar el icono de actividad económica se da clic en esta opción escogida y selecciona el código C110401 que es el que se va investigar.
- De igual manera en la opción año se decidió elegir todos los años que están declarados desde enero de 2011 hasta abril de 2019.
- Luego obtenida toda la información requerida se procede a exportar a Ms Excel y con esta información proceder analizar en el capítulo cuatro.

3.3 Operacionalización de Variables

Tabla 8: Operacionalización de variables

Conceptualización	Dimensión Categórica	Indicadores	Ítems Básico	Técnica e Instrumento
<p>Variable Independiente: Impuesto a los Consumos Especiales.</p> <p>De acuerdo con la Ley de régimen tributario interno, El impuesto a los consumos especiales (ICE) grava a ciertos bienes y servicios nacionales o importados, detallados en el artículo 82.</p>	Tributario	<p>Base Imponible = Precio de Venta al Público Sugerido/(1+ %IVA) * (1+ %ICE Vigente)</p>	Incremento o decremento del Impuesto	<p>Técnica: La Observación y Encuesta</p> <p>Instrumento: La Guía de observación y el cuestionario.</p>
<p>Variable Dependiente: Venta Bebidas Azucaradas.</p> <p>Las ventas son actividades pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo en el mercado y de igual manera las bebidas azucaradas como señala la publicación de Boston Public Health (2014) Las bebidas azucaradas (SSB, por sus siglas en inglés) incluyen cualquier bebida a la cual se le haya añadido un edulcorante calórico es decir cualquier tipo de azúcar.</p>	<p>Económica</p> <p>Social</p>	Porcentajes de variación de ventas	<p>Preferencias del consumidor.</p> <p>Comportamiento de las ventas.</p>	<p>Técnica: La Observación y Encuesta</p> <p>Instrumento: La Guía de observación y el cuestionario</p>

Elaborado por: Autora.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de cada uno de los procesos analizados de acuerdo a los objetivos propuestos por lo tanto se pone a consideración el cuadro de los cambios que se efectuaron de acuerdo a la Ley del Impuesto a los Consumos Especiales, así mismo se pone a consideración el cuestionario aplicado a diferentes personas del barrio la Merced, del cantón Ambato, para identificar el consumo que tienen las personas, también se procedió a tomar información de la página web del Servicio de Rentas Internas para determinar la evolución de las ventas de bebidas azucaradas.

Para dar cumplimiento al objetivo propuesto, de definir los cambios de la Ley de Régimen Tributario Interno, se procedió a realizar un análisis del Impuesto a los Consumos Especiales en las Bebidas Azucaradas en el cual se realizó una tabla donde identifica claramente los cambios que se efectuaron en dicha Ley e impuesto.

A continuación, se presenta los cambios que se ha desarrollado en el Impuesto a los Consumos Especiales de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla 9: Cambios de la Normativa del Impuesto a los Consumos Especiales.

22 DE DICIEMBRE DEL 1989	31 DE DICIEMBRE DEL 1993	29 DE DICIEMBRE DEL 1995	31 DE JULIO DE 1997	10 DE AGOSTO DE 1998	29 DE DICIEMBRE DEL 2007	29 DE ABRIL 2016
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas Tarifa Única 20% ➤ Aguas minerales y aguas purificadas Tarifa Única 5% 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 12% ➤ Aguas minerales y aguas purificadas 5% 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 15% ➤ Aguas minerales y aguas purificadas 8% 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 10% <p>En esta sección desaparece las aguas minerales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 10,30% 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 10% 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas gaseosas con contenido de azúcar menor o igual a 25 gramos por litro de bebida. Bebidas energizantes. N/A 10% ➤ Bebidas no alcohólicas y gaseosas con contenido de azúcar mayor a 25 gramos por litro de 0,18 USD por 100 gramos bebida, excepto bebidas de azúcar N/A energizantes.

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Elaborado por: Autora

De igual manera se analiza la evolución del consumo de bebidas azucaradas de acuerdo a una encuesta realizada al barrio La Merced del cantón Ambato, donde la ciudadanía da a conocer su impacto en el consumo y la reacción que toman al aplicar los impuestos para ello se lleva a cabo el análisis de los resultados de este proyecto de investigación para lo cual se creó un archivo en Microsoft Excel, en donde se realizó la recolección de todos los datos obtenidos del cuestionario, para posteriormente ser analizados por medio de tablas y gráficos los que se pone a disposición a continuación.

Aspecto demográfico

Dentro de esta sección de la encuesta se recopilaron datos demográficos, entre los cuales se preguntó la Edad, Género, Sector o Procedencia, Estado Civil, Nivel Educativo, Ocupación, Conformación de su Familia.

El tamaño de la muestra fue de 196 personas encuestadas. Para lo cual se pone a disposición tablas y gráficos que ayuden a la visualización de cada una de las etapas de la encuesta acorde a sus respectivas preguntas.

1.- ¿Edad?

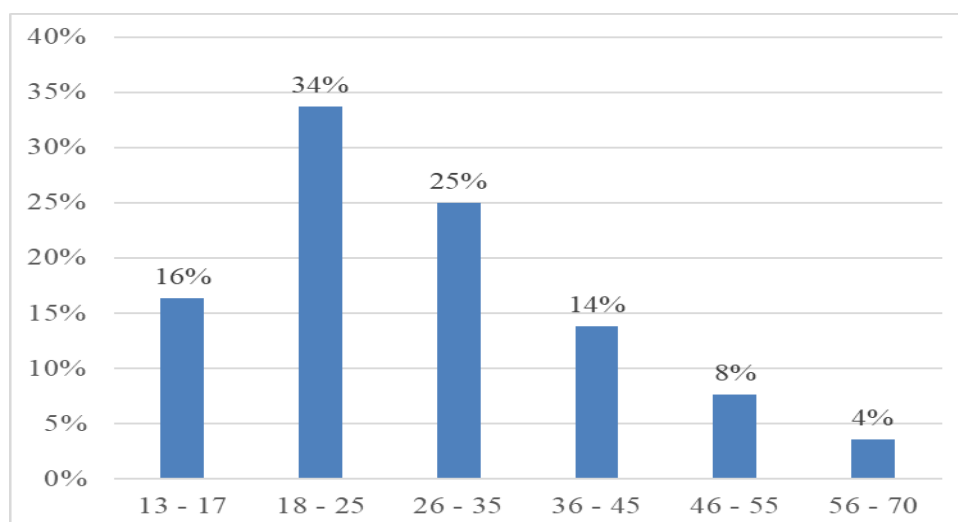
Tabla 10: Edad población económicamente activa analizada

Edad	Número	Porcentaje
13 - 17	32	16%
18 - 25	66	34%
26 - 35	49	25%
36 - 45	27	14%
46 - 55	15	8%
56 - 70	7	4%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 7: Edad población económicamente activa analizada



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Entre la población encuestada se pudo identificar que las encuestas se desarrollaron a 196 personas de las cuales el 34% están en un rango de 18 a 25 años el 25% en un rango de 26 a 35 años, lo cual permite observar, que la mayoría de las encuestas están realizadas a personas con capacidad, de autosuficiencia propia, sin descartar también que el 16% son adolescentes quienes ayudan a tener una visión de cómo ellos, consumen las bebidas azucaradas, por ende también tenemos al 14% el 8% y el 4% que son personas adultas que muestran la otra cara del consumo y su desarrollo a lo largo de sus vidas.

2.- ¿Género?

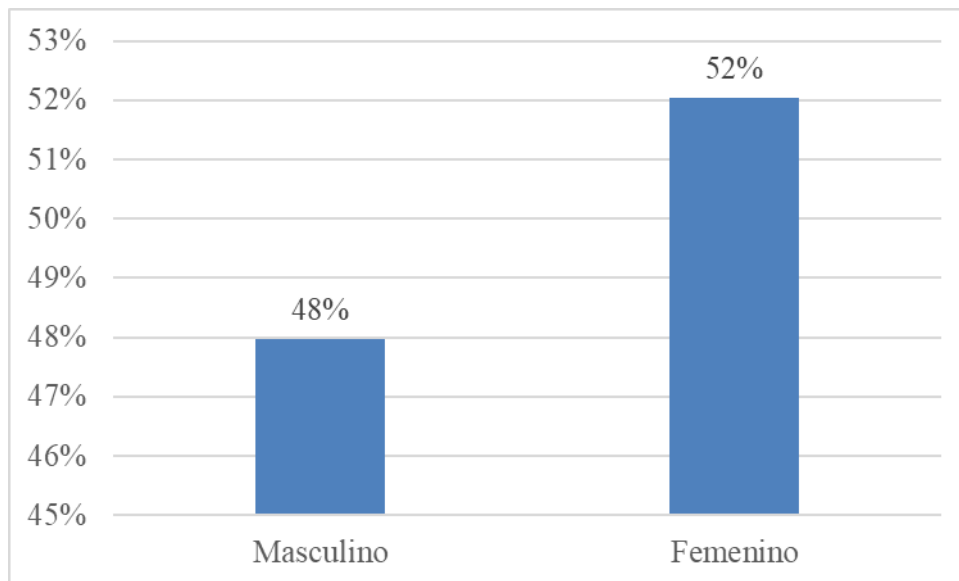
Tabla 11: Género población económicamente activa analizada

Género	Número	Porcentaje
Masculino	94	48%
Femenino	102	52%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 8: Género población económicamente activa analizada



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Del total de la población de 196 personas encuestadas, el 52% son mujeres y el 48% restante son hombres.

3.- ¿Sector?

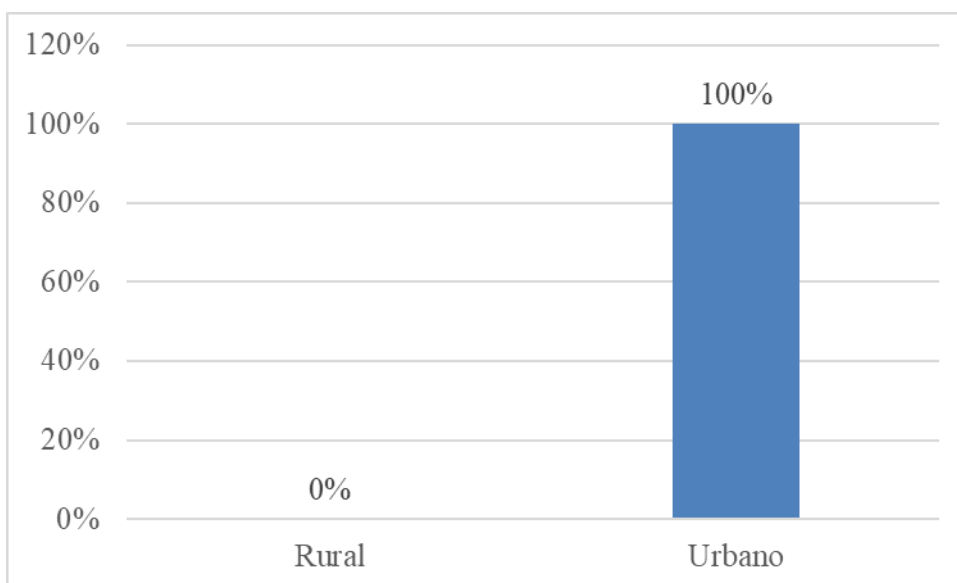
Tabla 12: Sector de la población económicamente activa analizada.

Vivienda	Número	Porcentaje
Rural	0	0%
Urbano	102	100%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 9: Sector de la población económicamente activa analizada



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Esta gráfica permite observar que el total de la población encuestada está en un sector geográfico urbano.

4.- ¿Estado Civil?

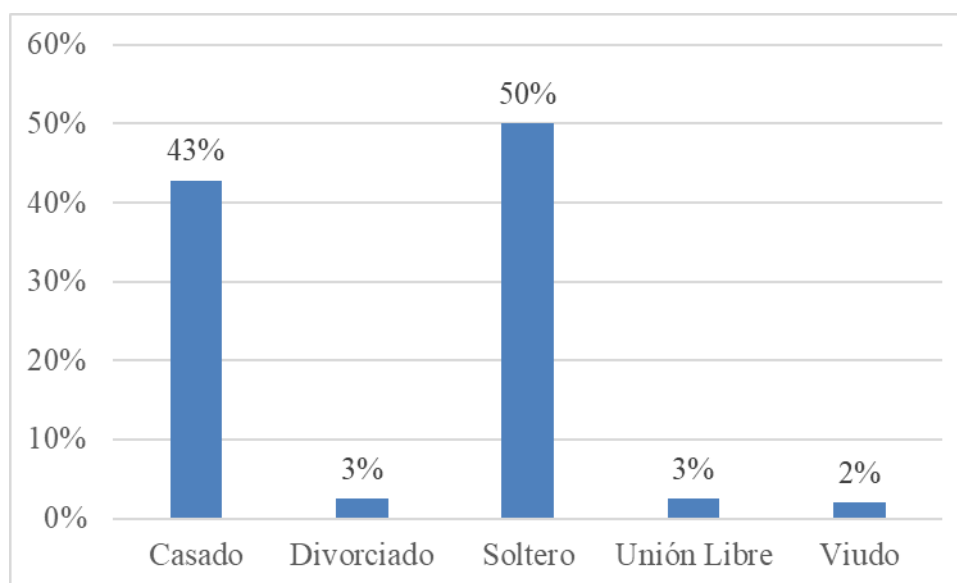
Tabla 13: Estado civil de la población económicamente activa analizada.

Estado Civil	Número	Porcentaje
Casado	84	43%
Divorciado	5	3%
Soltero	98	50%
Unión Libre	5	3%
Viudo	4	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 10: Estado Civil de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Se puede mencionar que del total de la población ya encuestada el 50% es soltero seguido de un 43% que son casados, por lo que se observa que la población encuestada está desarrollada en partes homogéneas, debido a que la información que se recolecte va a tener perspectivas diferentes debido a su estado civil por consiguiente tenemos dos porcentajes del 3% que es de divorciado y unión libre, por último, tenemos un 2% de viudo.

5.- ¿Nivel de Educación?

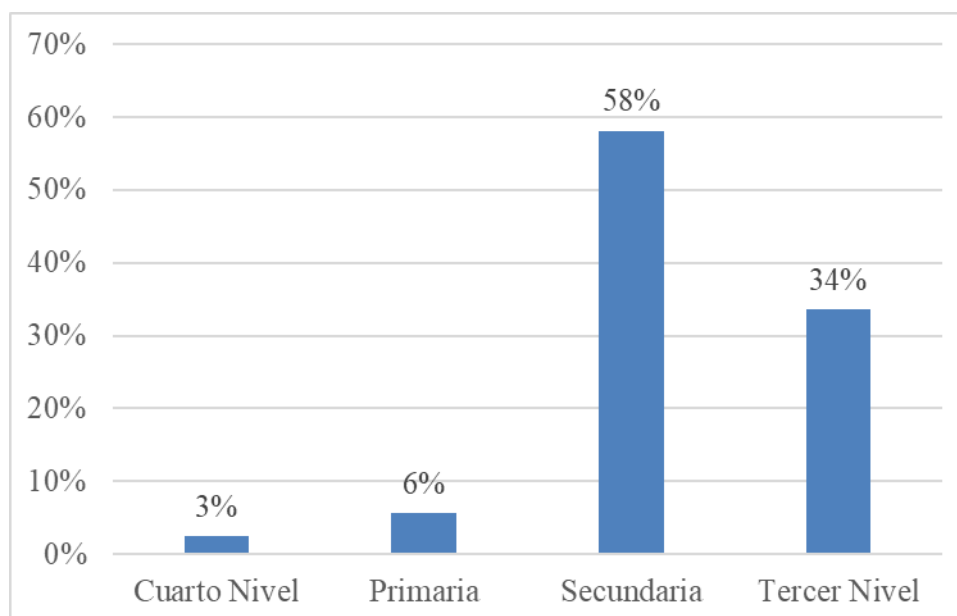
Tabla 14: Nivel de educación de la población económicamente activa analizada.

Nivel de Educación	Número	Porcentaje
Cuarto Nivel	5	3%
Primaria	11	6%
Secundaria	114	58%
Tercer Nivel	66	34%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 11: Nivel de educación de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Como se puede observar la gráfica muestra que la mayoría de las personas que consumen bebidas azucaradas están en un nivel educación secundaria con un 58%, seguido de un 34% de tercer nivel además tenemos un 6% de personas que llegaron a la primaria y finalmente tenemos a un 3% de cuarto nivel, lo que se puede identificar que la población se encuentra en una etapa de educación media.

6.- ¿Ocupación?

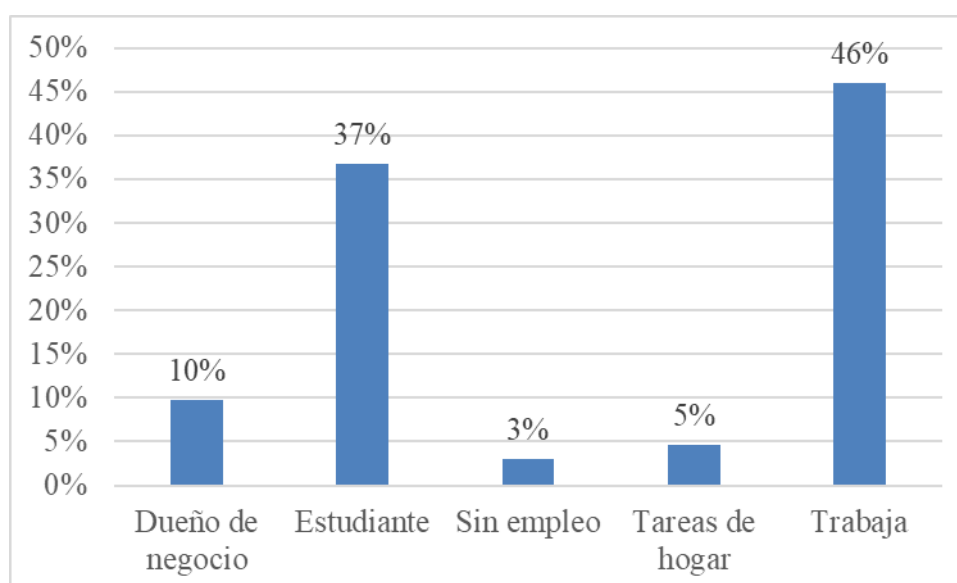
Tabla 15: Ocupación de la población económicamente activa analizada.

Ocupación	Número	Porcentaje
Dueño de negocio	19	10%
Estudiante	72	37%
Sin empleo	6	3%
Tareas de hogar	9	5%
Trabaja	90	46%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 12: Ocupación de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Como se observa en la gráfica, el 46% de las personas del sector de la Merced trabajan en muchos de estos casos son personas que sustentan sus hogares, seguido de un 37% que estudia, también se puede mencionar, que hay un 10% de personas que son dueños de negocios quienes, brindan oportunidades de trabajo, finalmente tenemos al 5% en tareas del hogar y al 3% sin empleo.

7.- ¿Cuántas personas conforman su familia incluido usted?

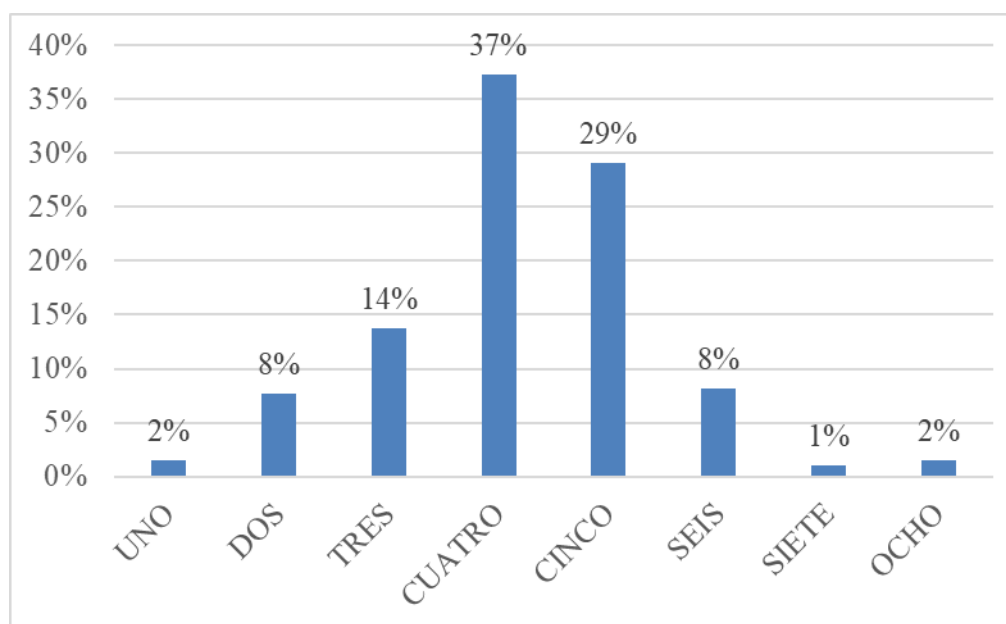
Tabla 16: Estructura familiar de la muestra de estudio.

¿Cuántas Personas conforman su familia incluida usted ?	Número	Porcentaje
UNO	3	2%
DOS	15	8%
TRES	27	14%
CUATRO	73	37%
CINCO	57	29%
SEIS	16	8%
SIETE	2	1%
OCHO	3	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 13: Estructura familiar de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De la encuesta realizada a la población del barrio la Merced se logró identificar que el 37% de los hogares están conformadas por cuatro personas, seguido de un 29% que están conformadas por cinco personas sin descartar también un 14% de tres personas, un 8% de dos y seis, también se puede ver que hay un 2% de ocho y dos, finalmente un 1% de uno.

Aspectos de Salud

8.- ¿Cuál es su peso en kilogramos?

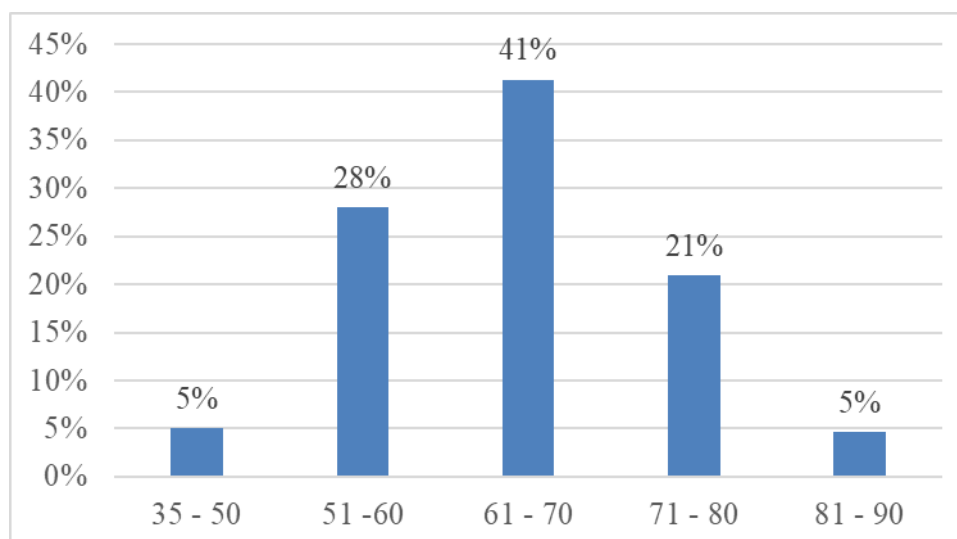
Tabla 17: Peso de la población económicamente activa analizada.

¿Cuál es su peso en Kilogramos ?	Número	Porcentaje
35 - 50	10	5%
51 -60	55	28%
61 - 70	81	41%
71 - 80	41	21%
81 - 90	9	5%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 14: Peso de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Como se puede observar en la gráfica el 41% de las personas encuestadas se encuentran en un rango de 61 a 70 kgs, lo que indica que una gran proporción de la ciudadanía están propensos a un sobrepeso esto puede ser causado por diferentes aspectos alimenticios los cuales al transcurrir la encuesta se podrá identificar sus ámbitos o costumbres alimenticias.

9.- ¿Cuál es su estatura en metros?

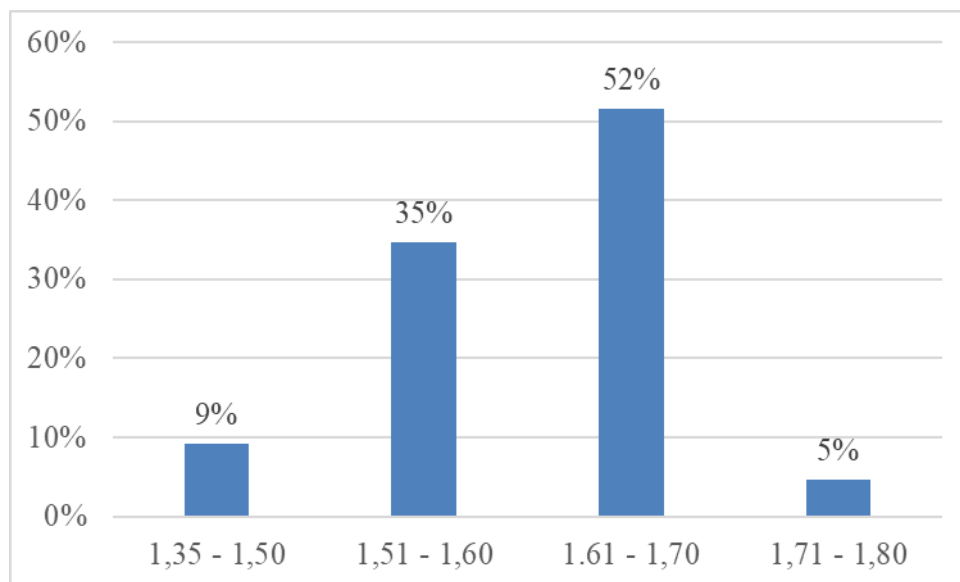
Tabla 18: Estatura de la población económicamente activa analizada.

¿Cuál es su estatura en metros?	Número	Porcentaje
1,35 - 1,50	18	9%
1,51 - 1,60	68	35%
1,61 - 1,70	101	52%
1,71 - 1,80	9	5%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 15: Estatura de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De un total de 196 personas el 52% está en un rango de estatura de 1,61 a 1,70 metros continuado con un 35% de 1,51 a 1,60 metros, seguido de un 9% de 1,35 a 1,50 metros, finalmente un 5% de 1,71 a 1,80 metros.

10.- ¿Seleccione si a usted se le ha diagnosticado alguna enfermedad de las siguientes?

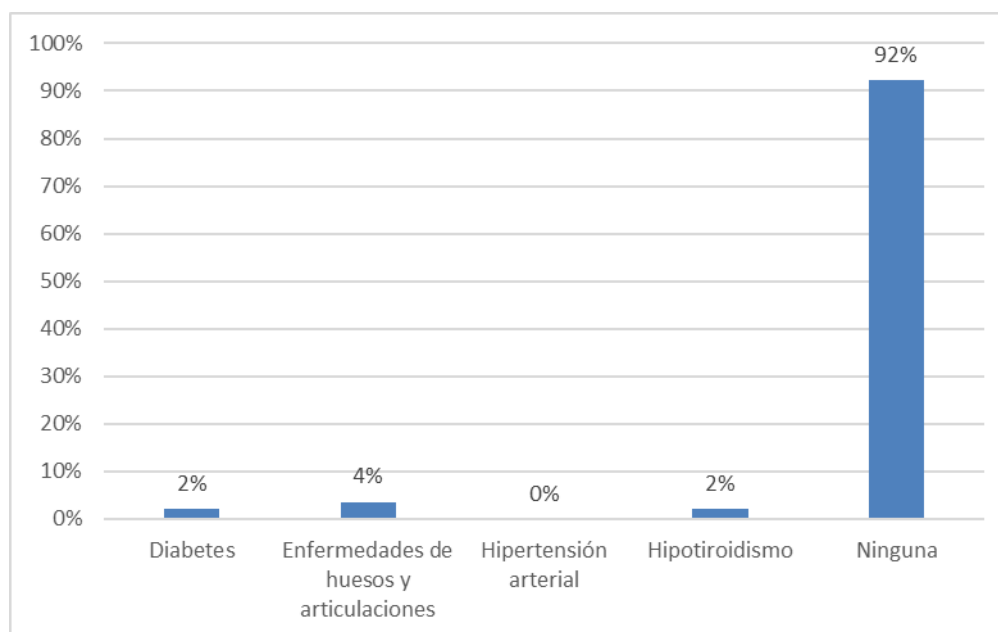
Tabla 19: Diagnóstico de enfermedades de la muestra de estudio.

¿Se le ha diagnosticado alguna enfermedad de las siguientes?	Número	Porcentaje
Diabetes	4	2%
Enfermedades de huesos y articulaciones	7	4%
Hipertensión arterial	0	0%
Hipotiroidismo	4	2%
Ninguna	181	92%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 16: Diagnóstico de enfermedades de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Del total de las personas encuestadas se pudo identificar que la mayoría de personas no padecen de ninguna de las enfermedades ya mencionadas, solo un 4% padece enfermedades de huesos y articulaciones seguido de un 2% de diabetes e hipotiroidismo, lo que permite identificar, que a pesar de su peso las personas mantienen una salud estable.

11.- ¿Indique si a algún familiar de usted se le ha diagnosticado alguna enfermedad de las siguientes?

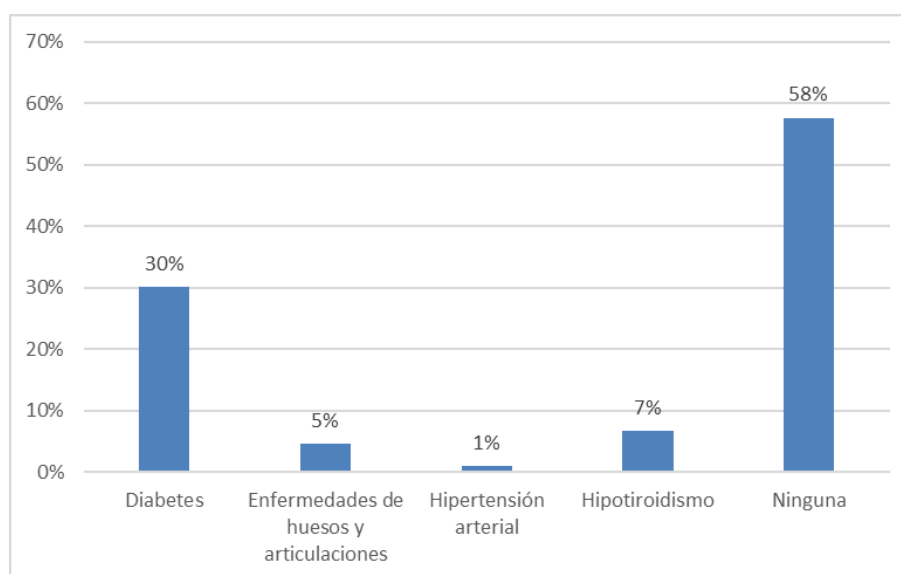
Tabla 20: Diagnóstico de enfermedades a familiares de la muestra de estudio.

¿ A algún familiar de usted se le ha diagnosticado alguna enfermedad de las siguientes?	Número	Porcentaje
Diabetes	59	30%
Enfermedades de huesos y articulaciones	9	5%
Hipertensión arterial	2	1%
Hipotiroidismo	13	7%
Ninguna	113	58%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfica 17: Diagnóstico de enfermedades a familiares de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Acorde a lo que se puede observar, la mayoría de los familiares de las personas encuestadas, no tienen enfermedades por lo que se representa con el 58%, pero se puede observar también que el 30% de familias sufre de diabetes lo que es probable que el nivel de consumo de alimentos nocivos sean la causa del aumento de enfermedades, por consiguiente se identifica que el 7% de familias sufren de hipotiroidismo seguido de un 5% de familias que sufren enfermedades de huesos y articulaciones y un 1% de hipertensión arterial.

ASPECTO DE CONSUMO

12.- ¿Con que frecuencia consume bebidas azucaradas embotelladas?

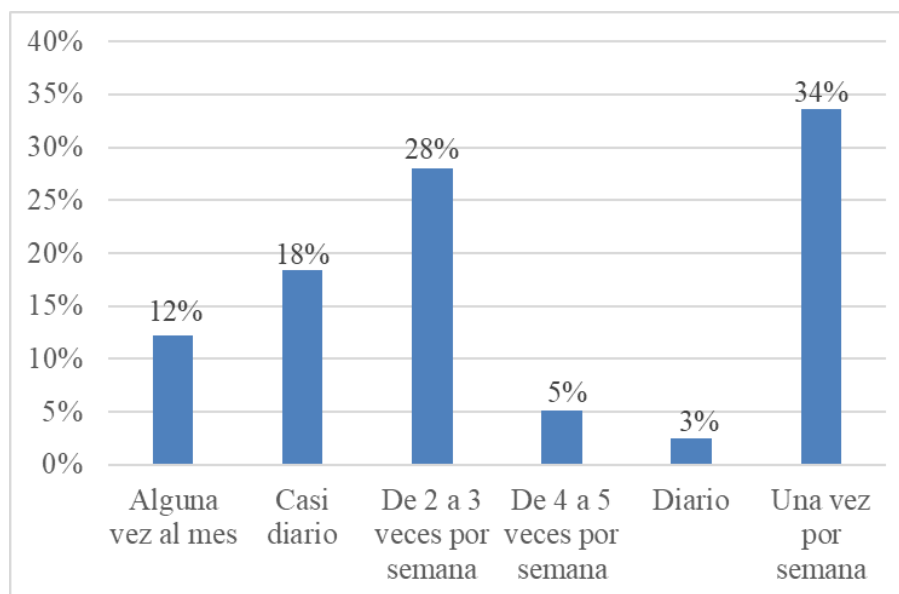
Tabla 21: Frecuencia del consumo de la población económicamente activa analizada.

¿Con que frecuencia consume bebidas azucaradas embotelladas?	Número	Porcentaje
Alguna vez al mes	24	12%
Casi diario	36	18%
De 2 a 3 veces por semana	55	28%
De 4 a 5 veces por semana	10	5%
Diario	5	3%
Una vez por semana	66	34%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 18: Frecuencia del consumo de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Se considera que las personas consumen las bebidas azucaradas una vez por semana, hasta casi diario, lo que quiere decir que la gente consume abundante bebidas azucaradas.

3.- ¿Por qué razón consume bebidas azucaradas embotelladas?

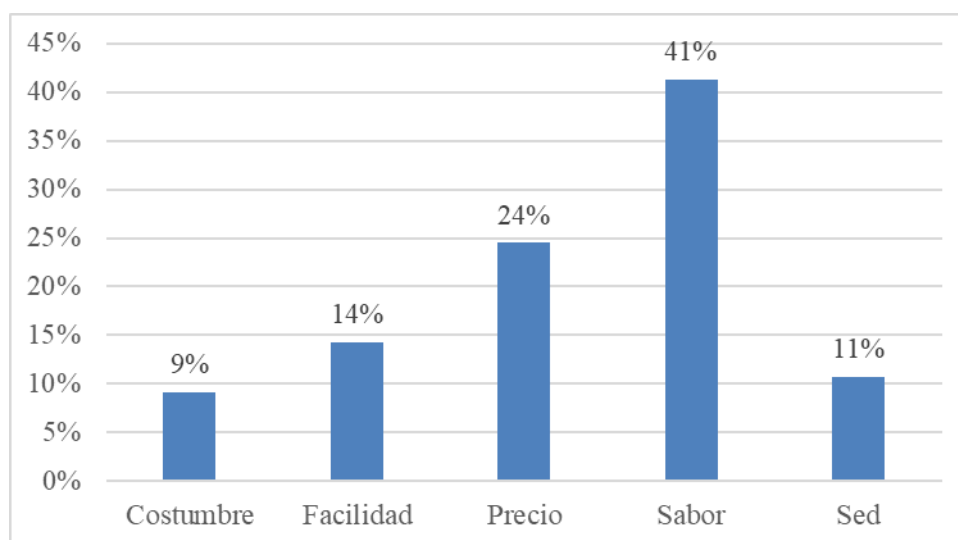
Tabla 22: Razones del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.

¿Por qué razón consume bebidas azucaradas embotelladas?	Número	Porcentaje
Costumbre	18	9%
Facilidad	28	14%
Precio	48	24%
Sabor	81	41%
Sed	21	11%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 19: Razones del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

La mayoría de las personas consumen las bebidas azucaradas por el sabor, por lo tanto, esto permite identificar que a las personas no les importa pagar cualquier precio por sus gustos y sabores.

14.- ¿En qué ocasión considera usted que consume más bebidas azucaradas embotelladas?

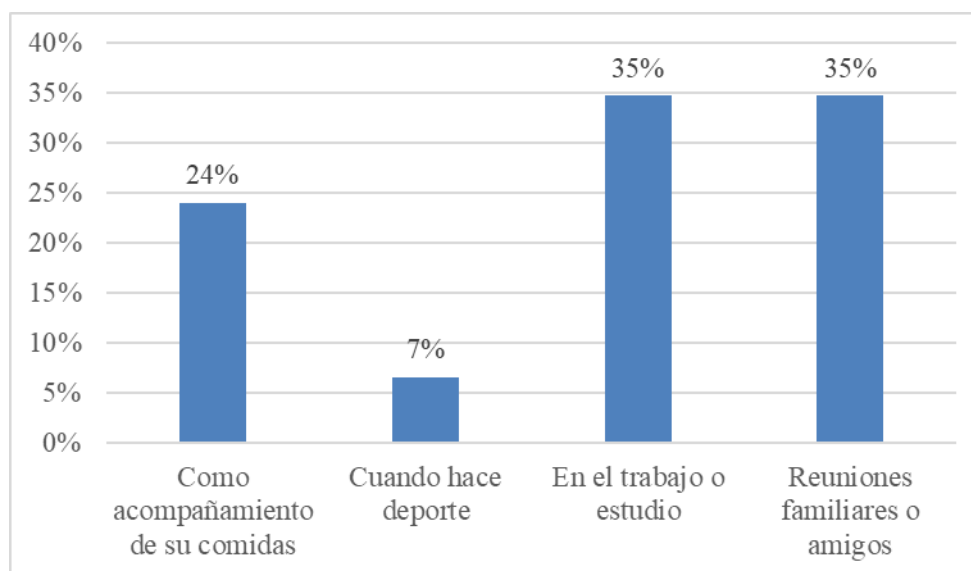
Tabla 23: Ocasiones de consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.

¿En qué ocasión considera usted que consume más bebidas azucaradas embotelladas?	Número	Porcentaje
Como acompañamiento de su comidas	47	24%
Cuando hace deporte	13	7%
En el trabajo o estudio	68	35%
Reuniones familiares o amigos	68	35%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 20: Ocasiones de consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

En cuanto a esta pregunta se pudo observar que las bebidas azucaradas en el trabajo o estudio y en reuniones familiares o con amigos están en el mismo porcentaje dando así para las dos ocasiones un 35% de cada una, por lo que quiere decir que el consumo de bebidas azucaradas en las familias es de manera constante seguido de un 24% de personas que les gusta consumir las bebidas como acompañamiento de su comida y muy pocas veces cuando hacen deporte dando así un porcentaje de 7%.

15.- ¿Con respecto al tiempo, hace 3 años como ha variado la frecuencia del consumo de bebidas azucaradas embotelladas para usted?

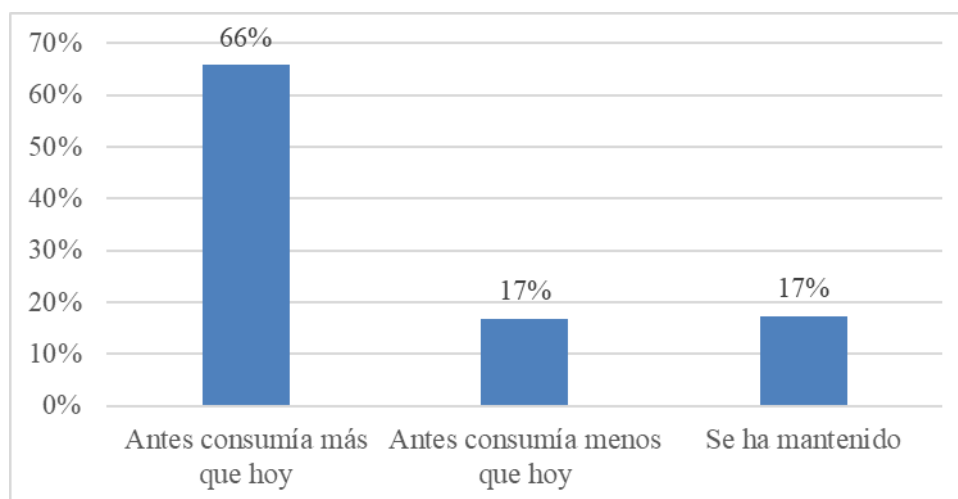
Tabla 24: Variación de la frecuencia del consumo de la muestra de estudio.

¿Con respecto al tiempo como ha variado la frecuencia del consumo de bebidas azucaradas para usted?	Número	Porcentaje
Antes consumía más que hoy	129	66%
Antes consumía menos que hoy	33	17%
Se ha mantenido	34	17%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 21: Variación de la frecuencia del consumo de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De acuerdo a los cambios que se han realizado a nivel, social las personas expresan que antes consumían más bebidas azucaradas que hoy dando así un 66%, siguiendo de un 17% de personas que dicen que en la actualidad consumen más bebidas, de igual forma el mismo porcentaje de personas dicen que se han mantenido y que en nada se les ha afectado.

16.- ¿Cuál es su tipo de bebida azucarada embotellada preferida para usted?

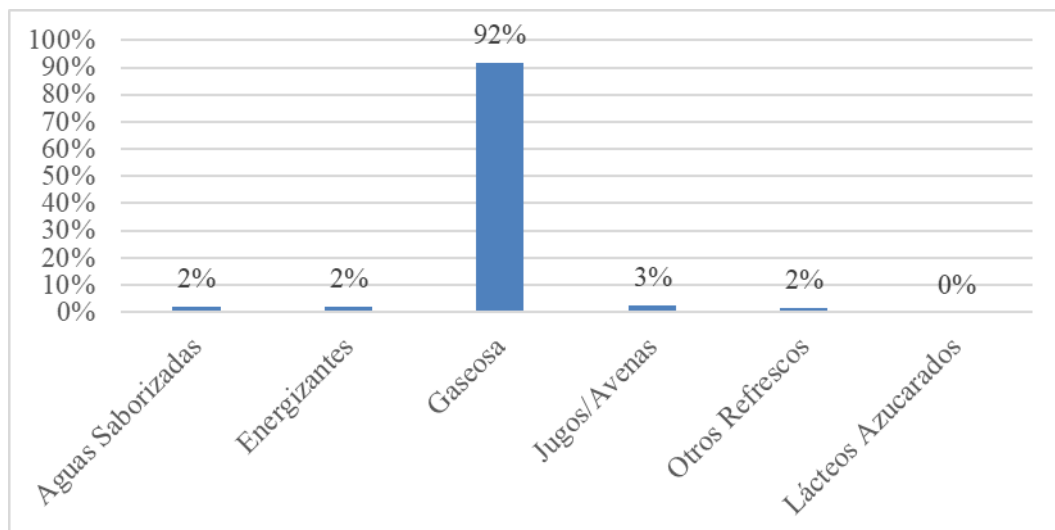
Tabla 25: Tipos de bebidas azucaradas de la población económicamente activa analizada.

¿Cuál es su tipo de bebida azucarada embotellada preferida para usted?	Número	Porcentaje
Aguas Saborizadas	4	2%
Energizantes	4	2%
Gaseosa	180	92%
Jugos/Avenas	5	3%
Otros Refrescos	3	2%
Lácteos Azucarados	0	0%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 22: Tipos de bebidas azucaradas de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Las gaseosas son las bebidas azucaradas más apetecidas en el mercado de acuerdo con lo que estipula la encuesta realizada dando así un total de 92%, seguido de los jugos/avenas con el 3% y lo restante prefieren aguas saborizadas, energizantes y otros refrescos.

17.- ¿Cuál es la línea de bebidas favorita?

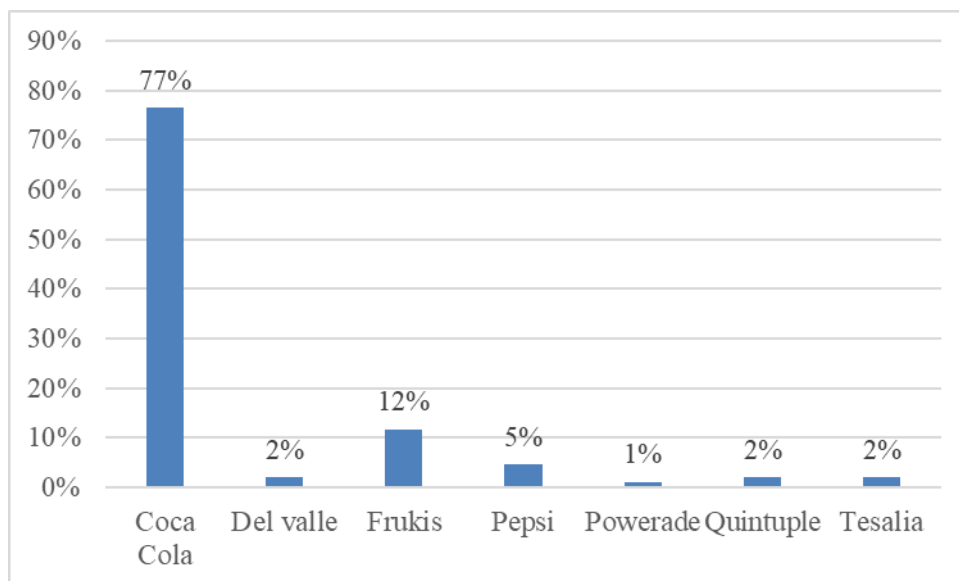
Tabla 26: Línea de bebidas preferida de la población económicamente activa analizada.

¿Cuál es la línea de bebida favorita?	Número	Porcentaje
Coca Cola	150	77%
Del valle	4	2%
Frukis	23	12%
Pepsi	9	5%
Powerade	2	1%
Quintuple	4	2%
Tesalia	4	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 23: Línea de bebidas preferida de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Al realizar la encuesta se pudo comprobar que la mayoría de las personas encuestadas tienden a elegir como su línea de bebida favorita a la Coca cola dando así un porcentaje de elección de 77%, de la misma manera se detectó que un 12% de personas les gusta la línea de Frukis, seguido de un 5% de personas que prefieren la línea Pepsi y por último el 1% prefiere Powerade.

18.- ¿Qué presentación de bebidas azucaradas embotelladas es de su preferencia?

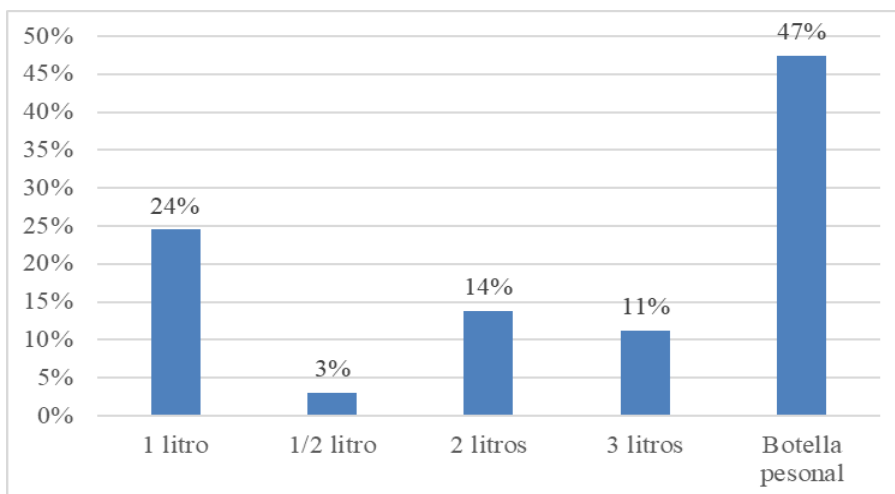
Tabla 27: Preferencia de la presentación de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.

¿Qué presentación de bebida azucarada embotellada es de su preferencia?	Número	Porcentaje
1 litro	48	24%
1/2 litro	6	3%
2 litros	27	14%
3 litros	22	11%
Botella pesonal	93	47%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 24: Preferencia de la presentación de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Al realizar la encuesta a las 196 personas del barrio la Merced se identificó que la mayoría de las personas encuestadas tienden a elegir la presentación de bebidas azucaradas embotelladas, personales lo que se puede identificar un porcentaje de 47%, el 24% prefieren la de 1 litro, de la misma manera el 14% en cambio prefiere la de 2 litros, seguido del 11% que prefiere la de 3 litros y por último el 3% que prefiere de ½ litro.

19.- ¿Cuál es su sabor favorito de bebida azucarada embotellada?

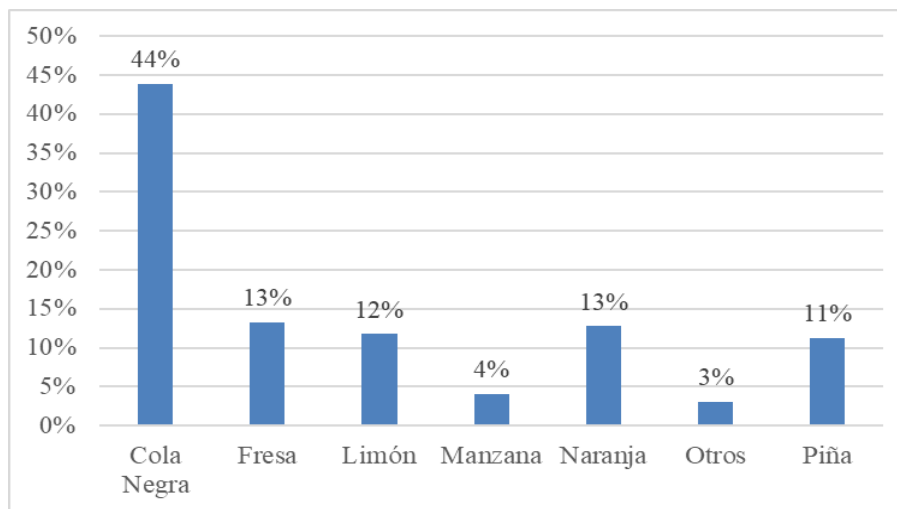
Tabla 28: Preferencia de bebidas azucaradas de la población económicamente activa analizada.

¿Cuál es su sabor favorito de bebidas azucaradas embotelladas?	Número	Porcentaje
Cola Negra	86	44%
Fresa	26	13%
Limón	23	12%
Manzana	8	4%
Naranja	25	13%
Otros	6	3%
Piña	22	11%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 25: Preferencia de bebidas azucaradas de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

La mayor parte de la población demanda la cola negra al momento de elegir, un sabor en específico, por lo que se puede considerar que en los diferentes hogares, tienden a elegir de acuerdo a sus preferencias, lo cual se puede identificar que un 13% de personas prefiere la naranja y la fresa, también se pudo constatar que un 12% prefiere de limón, el 11% de personas prefieren de piña, seguido de un 4% que prefiere de manzana y por último un 3% tienen preferir otros sabores de bebidas embotelladas.

20.- ¿Qué cantidad de bebidas azucaradas embotelladas consume usted por semana en litros?

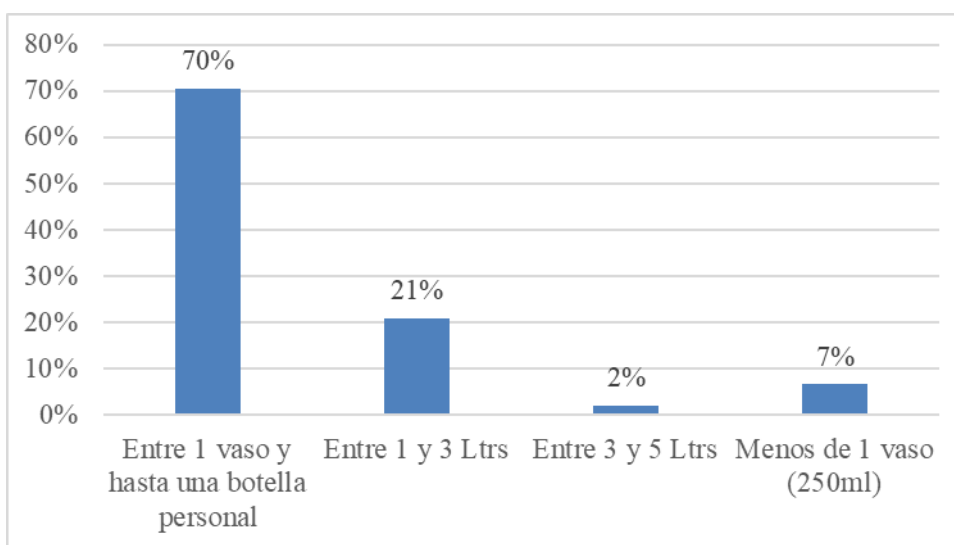
Tabla 29: Cantidad de consumo de bebidas semanales por litro de la muestra de estudio.

¿Qué cantidad de bebidas azucaradas embotelladas consume usted por semana en litros?	Número	Porcentaje
Entre 1 vaso y hasta una botella personal	138	70%
Entre 1 y 3 Ltrs	41	21%
Entre 3 y 5 Ltrs	4	2%
Menos de 1 vaso (250ml)	13	7%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 26: Cantidad de consumo de bebidas semanales por litro de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De acuerdo a la gráfica expuesta se considera que la mayoría de personas consume las bebidas azucaradas embotelladas de 1 vaso hasta una botella personal, lo que permite también observar que hay un 21% que consume entre 1 y 3 litros, seguido de un 7% que consume menos de un vaso y finalmente un 2% consume ente 3 y 5 litros por semana.

21.- ¿Qué cantidad de dinero gasta semanalmente usted en bebidas azucaradas embotelladas en referencia a la pregunta anterior?

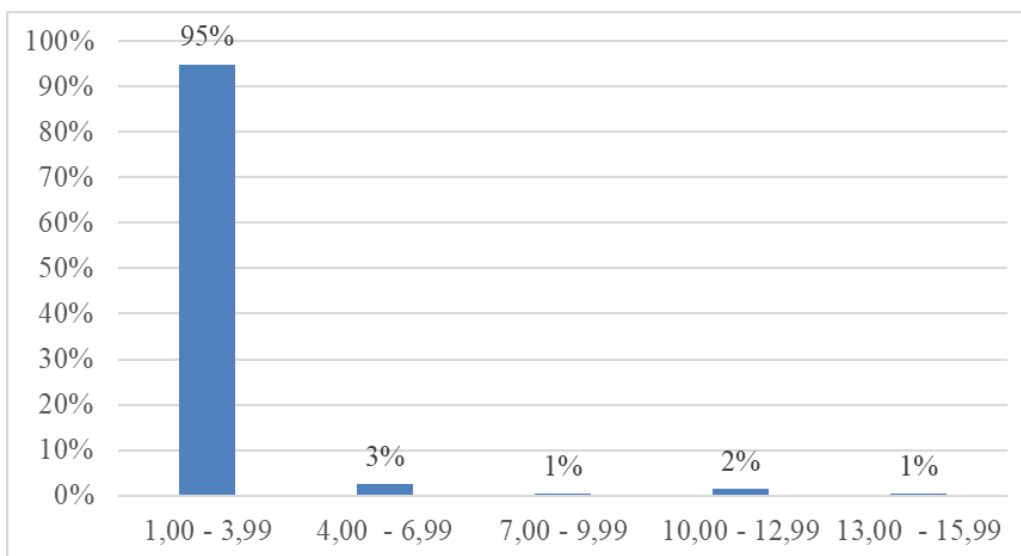
Tabla 30: Cantidad de dinero semanal de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.

¿Qué cantidad de dinero gasta semanalmente usted en bebidas azucaradas embotelladas?	Número	Dolares	Porcentaje
1,00 - 3,99	186	321,5	95%
4,00 - 6,99	5	24	3%
7,00 - 9,99	1	7	1%
10,00 - 12,99	3	32	2%
13,00 - 15,99	1	15	1%
TOTAL	196	384,5	99%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 27: Cantidad de dinero semanal de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

La entre las personas encuestadas el 95% están dispuestas a pagar por las bebidas azucaradas de \$1,00 a \$3,99 dólares por semana, las demás personas que están en el 3%,2% y 1% se puede considerar como se observa en la gráfica que están dispuestas a pagar más por ciertas bebidas. Es de esta manera que se puede identificar que todas las personas consumen bebidas azucaradas sin impórtales el precio que este contenga.

22.- ¿Quién considera usted que es el mayor consumidor de bebidas azucaradas embotelladas?

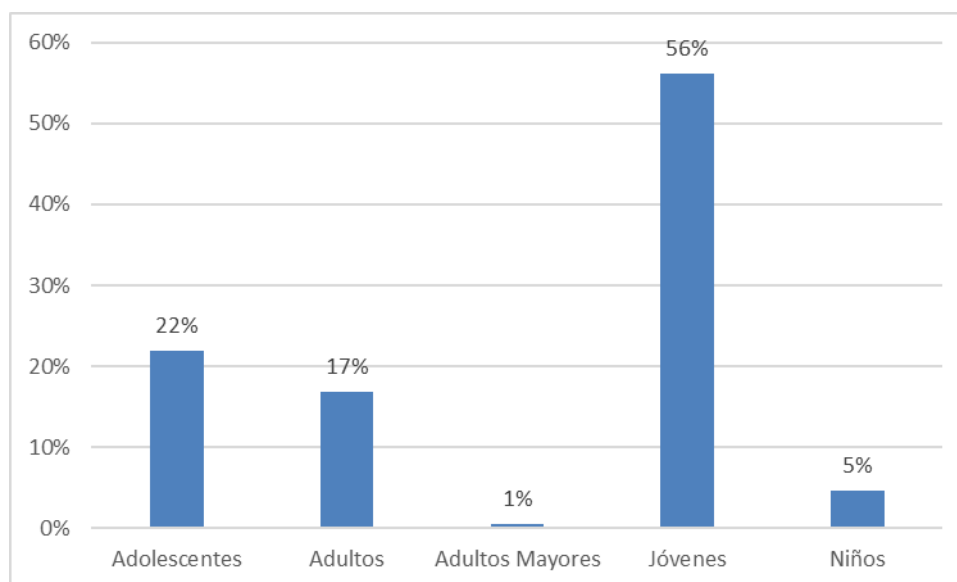
Tabla 31: Cual es el mayor consumidor de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.

¿Quién considera usted que es el mayor consumidor de bebidas azucaradas embotelladas?	Número	Porcentaje
Adolescentes	43	22%
Adultos	33	17%
Adultos Mayores	1	1%
Jóvenes	110	56%
Niños	9	5%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 28: Cual es el mayor consumidor de bebidas azucaradas de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

La mayoría de las personas tienden a informar que las personas que consumen más bebidas azucaradas son los jóvenes, debido a que están expuestos a lo que la sociedad consume y lo más accesible en cualquier lugar.

Aspectos de Información Nutricional

23.- Seleccione en una escala de 1 a 4, siendo 1 nunca y 4 siempre la siguiente interrogante: ¿Al momento de adquirir las bebidas azucaradas usted toma la decisión guiado en el semáforo nutricional?

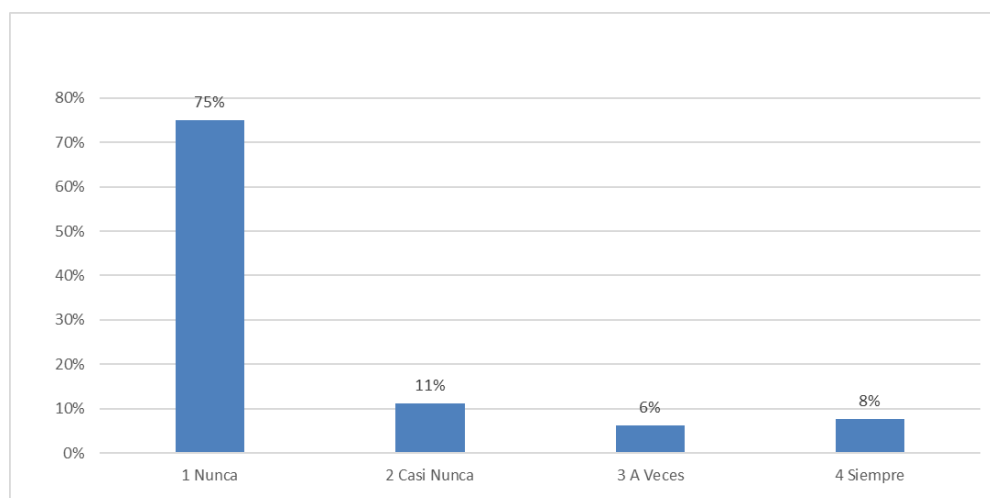
Tabla 32: Decisiones guiadas en el semáforo nutricional de la muestra de estudio.

¿Al momento de adquirir las bebidas azucaradas embotelladas usted toma la decisión guiado en el semáforo nutricional?	Número	Porcentaje
1 Nunca	147	75%
2 Casi Nunca	22	11%
3 A Veces	12	6%
4 Siempre	15	8%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 29: Decisiones guiadas en el semáforo nutricional de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Se puede observar que la mayoría de las personas consumen las bebidas azucaradas por gusto, sabor, o facilidad, y que nunca toman sus decisiones observando el semáforo nutricional.

24.- ¿Seleccione en una escala de 1 a 4, siendo 1 nunca y 4 siempre la siguiente **interrogante:** ¿Usted verifica la tabla nutricional al momento de adquirir bebidas azucaradas?

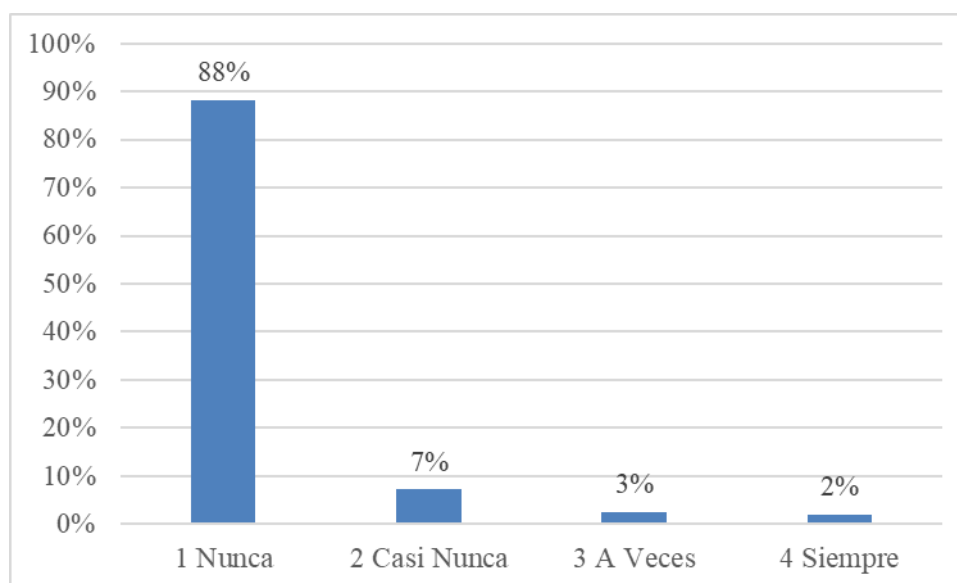
Tablas 33: Verificación de la tabla nutricional de la muestra de estudio.

¿Usted verifica la tabla nutricional al momento de adquirir bebidas azucaradas?	Número	Porcentaje
1 Nunca	173	88%
2 Casi Nunca	14	7%
3 A Veces	5	3%
4 Siempre	4	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 30: Verificación de la tabla nutricional de la muestra de estudio.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De igual manera en esta seccion se puede identificar que la mayoría de las personas no ven la tabla de nutricion que las bebidas azucaradas exponen, ellos consumen para satisfacer una necesidad.

25.- ¿Por qué razón usted estaría dispuesto a consumir bebidas endulzadas con edulcorantes naturales no calóricos, por ejemplo, estevia?

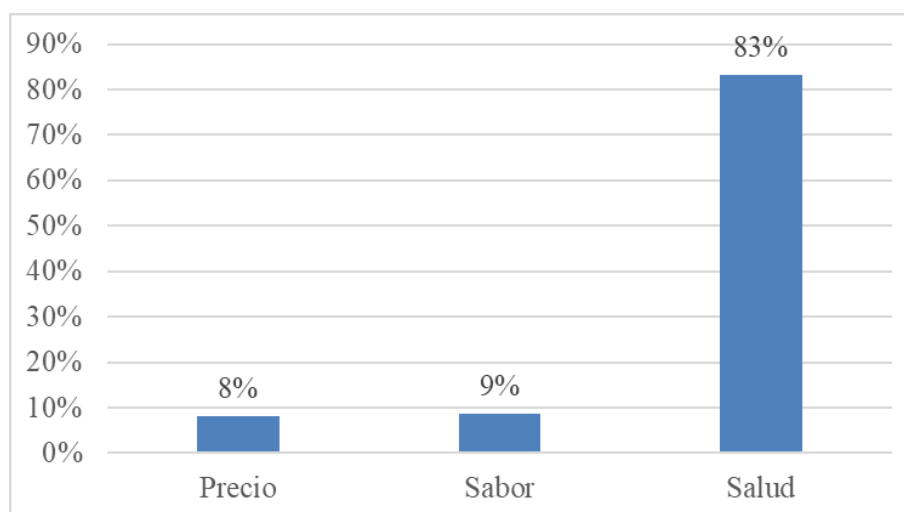
Tabla 34: Razones de consumo de bebidas azucaradas más saludables de la población económicamente activa analizada.

¿Por qué razón usted estaría dispuesto a consumir bebidas endulzadas con edulcorantes naturales no calóricos?	Número	Porcentaje
Precio	16	8%
Sabor	17	9%
Salud	163	83%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 31: Razones de consumo de bebidas azucaradas más saludables de la población económicamente activa analizada.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Sin embargo en este aspecto las personas están dispuestos a consumir bebidas que ayuden a mejorar problemas de salud y dejar de consumir bebidas con altos niveles de azúcar.

26.- ¿Seleccione en una escala de 1 a 4, siendo 1 Totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo la siguiente interrogante: ¿Cuál es su posición frente a un incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) a las bebidas azucaradas como política gubernamental para disminuir el consumo y prevenir el riesgo de adquirir enfermedades?

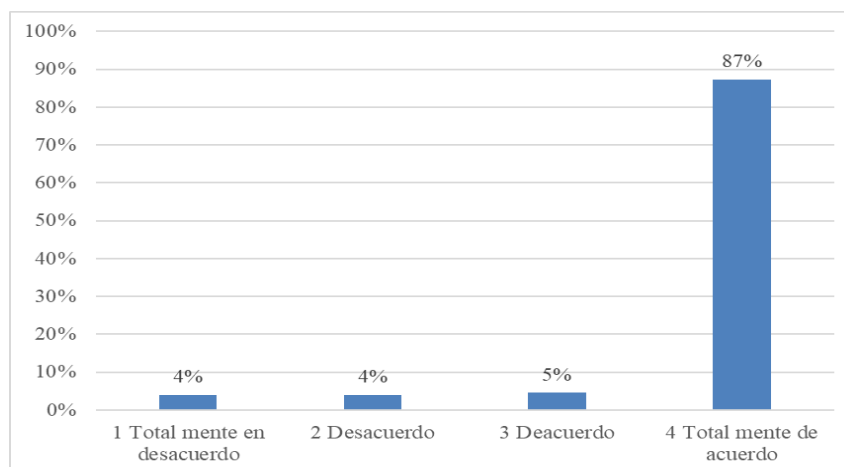
Tabla 35: Posición del incremento del ICE a las bebidas azucaradas frente al riesgo de adquirir enfermedades.

¿Cuál es su posición frente a un incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) a las bebidas azucaradas como política gubernamental para disminuir el consumo y prevenir el riesgo de adquirir enfermedades?	Número	Porcentaje
1 Total mente en desacuerdo	8	4%
2 Desacuerdo	8	4%
3 Deacuerdo	9	5%
4 Total mente de acuerdo	171	87%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 32: Posición del incremento del ICE a las bebidas azucaradas frente al riesgo de adquirir enfermedades.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De acuerdo a la gráfica que se muestra, se puede observar que las personas por efectos de salud están de acuerdo que el impuesto suba para que todos concienticen que los productos azucarados a lo largo del tiempo, producen enfermedades irreversibles y que es momento de actuar y prevenir.

Aspecto Impositivo

27.- ¿Sabía usted que a partir del mes de junio de 2016 se incrementó el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) de las bebidas azucaradas?

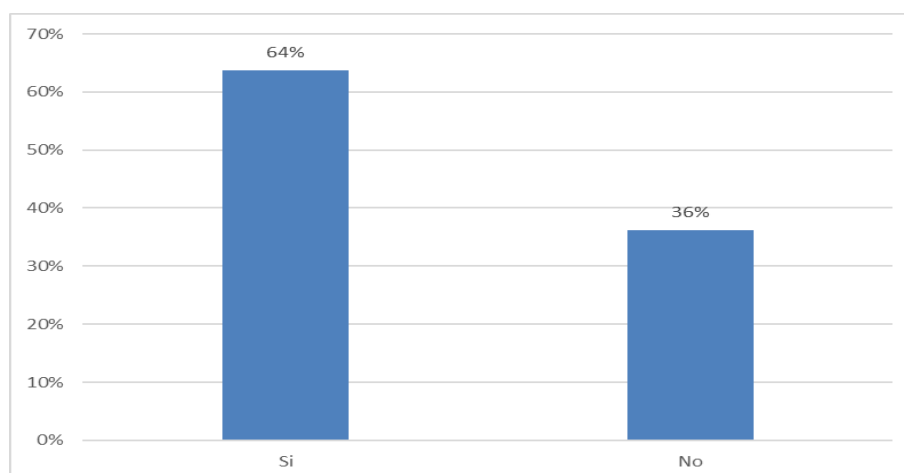
Tabla 36: Conocimiento del incremento del impuesto a los consumos especiales de la población económicamente activa.

¿Sabía usted que a partir del mes de junio del 2016 se incrementó el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) de las bebidas azucaradas?	Número	Porcentaje
Si	125	64%
No	71	36%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 33: Conocimiento del incremento del impuesto a los consumos especiales de la población económicamente activa.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Del total de la población encuestada la mayoría de las personas no conocen el Impuesto a los Consumos Especiales y tampoco conocen los cambios, legales que se plantean para la prevención de productos nocivos.

Por lo que las siguientes dos preguntas se las tomara del total de la población que tiene conocimiento del impuesto que en este caso será las 71 personas nuestra población.

28.- ¿Cuál fue el efecto en el consumo de bebidas azucaradas posterior al incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) implementado desde junio de 2016?

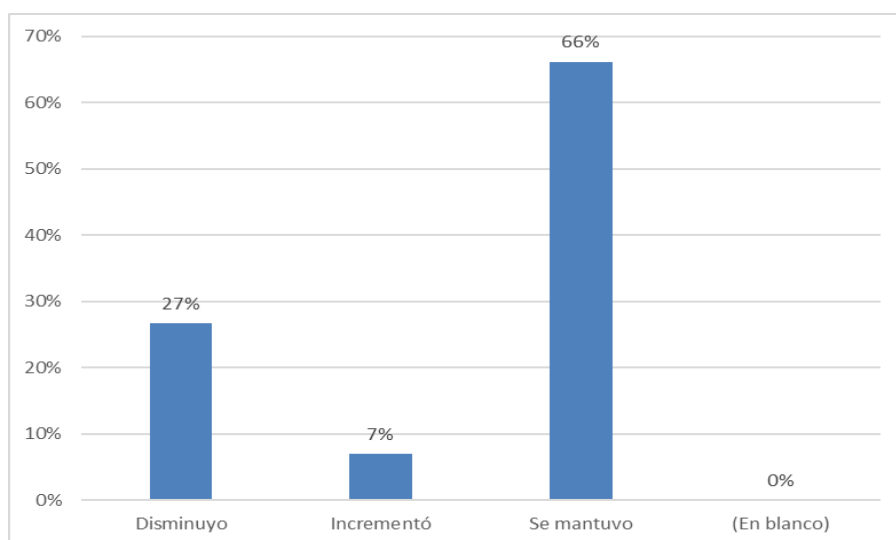
Tabla 37: Efectos del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio desde junio de 2016.

¿Cuál fue el efecto en el consumo de bebidas azucaradas posterior al incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) implementado desde junio de 2016?	Número	Porcentaje
Disminuyó	19	27%
Incrementó	5	7%
Se mantuvo	47	66%
(En blanco)	0	0%
TOTAL	71	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 34: Efectos del consumo de bebidas azucaradas de la muestra de estudio desde junio de 2016.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Del total de la población que tiene conocimientos sobre el Impuesto a los Consumos Especiales se pudo recabar que la mayoría de las personas piensan que el impuesto que se aplicó no tuvo efecto alguno debido a que el consumo de bebidas azucaradas se mantuvo.

29.- ¿Con que tarifa de Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) sobre las bebidas azucaradas está de acuerdo usted?

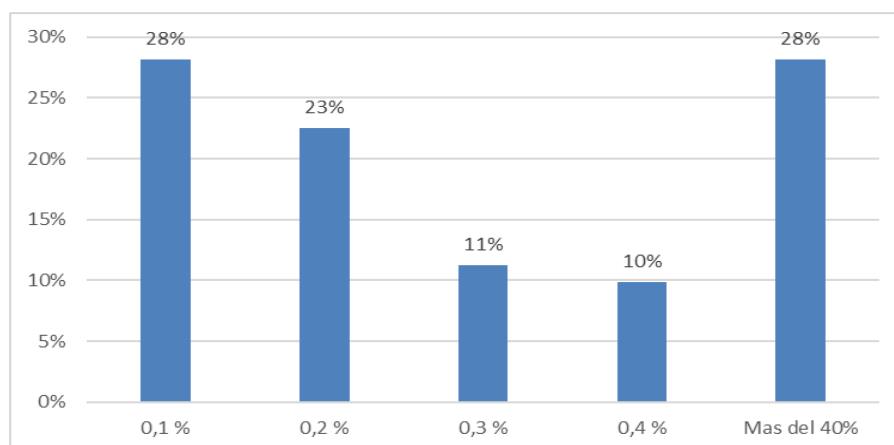
Tabla 38: Tarifas de impuesto a los consumos especiales que la muestra de estudio está de acuerdo.

¿Con que tarifa de Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) sobre las bebidas azucaradas esta de acuerdo usted?	Número	Porcentaje
0,1 %	20	28%
0,2 %	16	23%
0,3 %	8	11%
0,4 %	7	10%
Mas del 40%	20	28%
TOTAL	71	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 35: Tarifas de impuesto a los consumos especiales que la muestra de estudio está de acuerdo.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

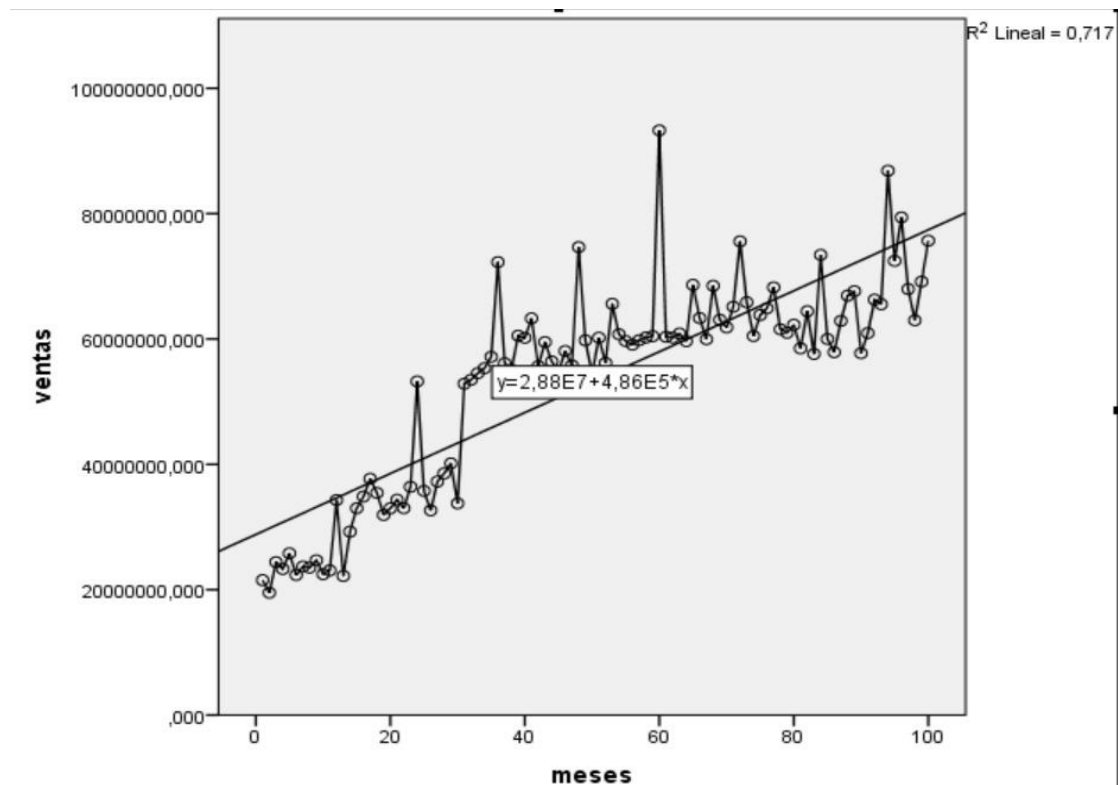
Entre la gráfica expuesta se puede identificar que las personas a pesar de que conocen y saben que el impuesto actual no es suficiente para evitar el consumo de bebidas azucaradas, hay cierta igualdad entre si el impuesto se incrementa al más del 40% y se mantenga en el 10%, no obstante también se pudo identificar que la mayoría de las personas si desea que el ICE aumente en alguna proporción y concientizar de alguna manera el consumo de los productos azucarados.

Para analizar la tendencia de las ventas se procedió a realizar el análisis de la regresión lineal, utilizando un programa estadístico.

Para ello se realizó una codificación de la información obtenida de los años y meses y ventas las cuales se representaron en valores para poder identificar la afectación del impuesto donde los meses se representaron del 1 al 100 con sus respectivas ventas y años.

Una vez realizado la codificación de todos los datos se pudo obtener el siguiente resultado.

Gráfico 36: Regresión lineal



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: Autora

Una vez realizado el cálculo de la regresión lineal se pudo obtener que la ecuación está dada de la siguiente manera.

$$y = 2,88 \times 10^7 + (4,86 \times 10^5) \text{ a los Meses}$$

Dónde:

Y= Ventas

X= # de meses

Para lo cual se procede a realizar tres cálculos antes del incremento del impuesto al incrementar el impuesto y para finalizar un cálculo después del incremento del impuesto los cuales ayudaran a identificar como el impuesto a los consumos especiales fue afectando a las ventas de bebidas azucaradas para ello se detallará a continuación el cálculo con sus graficas respectivas.

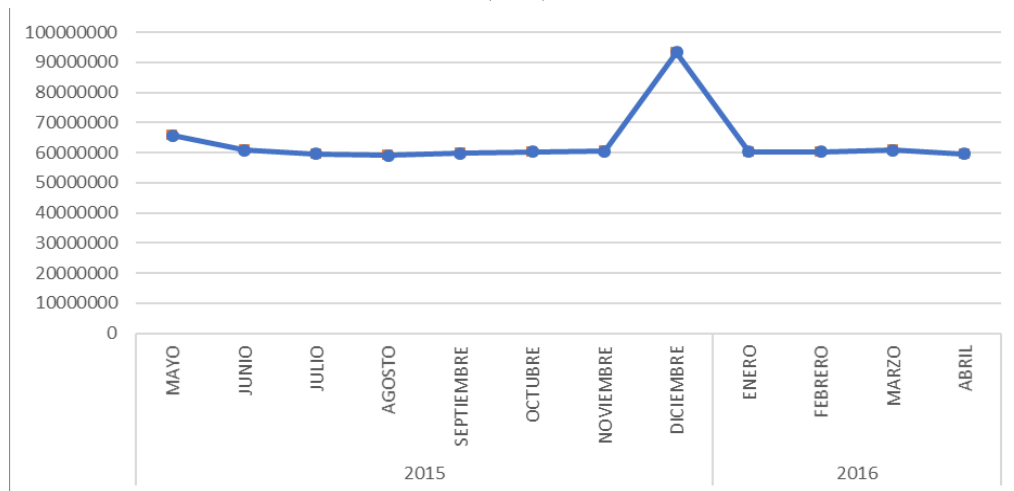
1.- Antes del incremento

$$y = 2,88 \times 10^7 + (4,86 \times 10^5) (53)$$

$$y = 54.558.000,00$$

Gráfico 37: Ventas antes del Incremento

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)



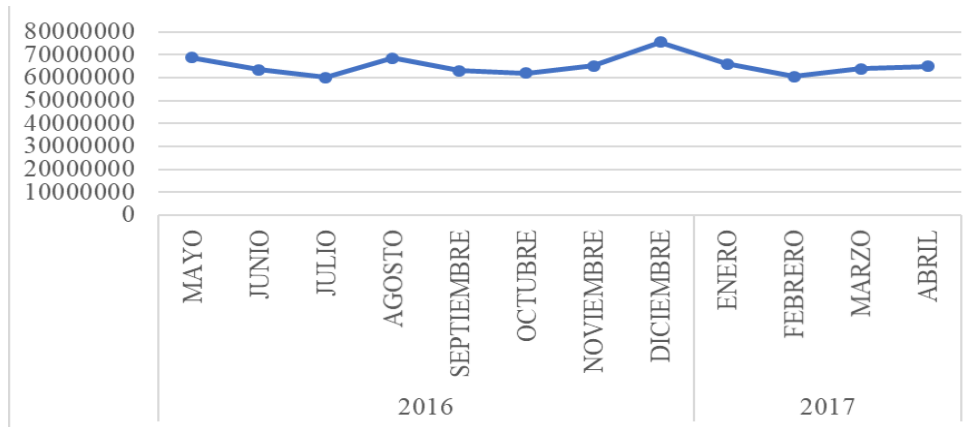
Elaborado por: Autora

2.- Al incrementar el impuesto

$$y = 2,88 \times 10^7 + (4,86 \times 10^5) (66)$$

$$y = 60.390.000,00$$

Gráfico 38: Ventas en el Incremento



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

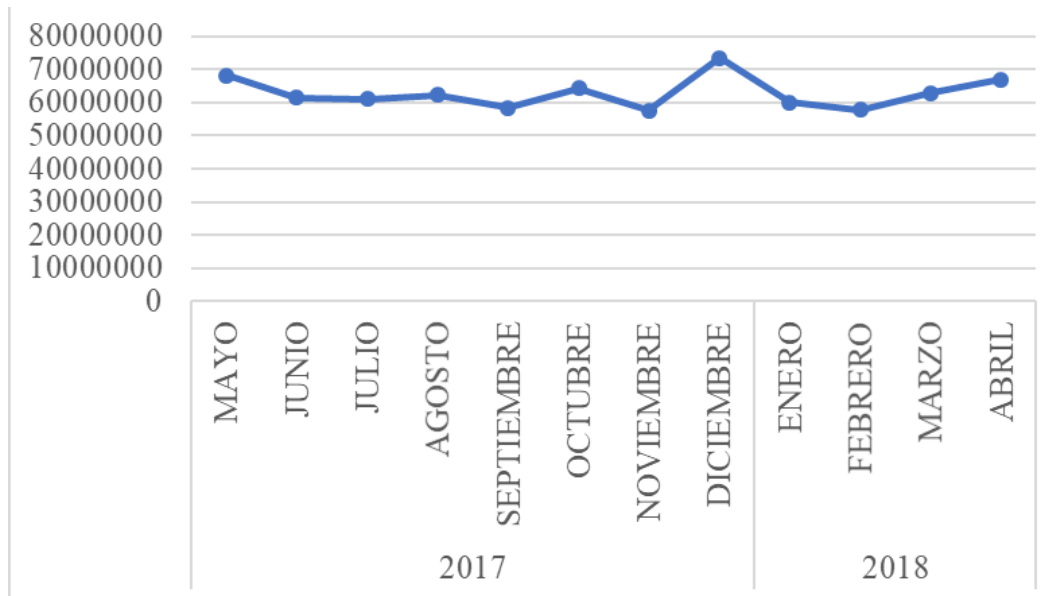
Elaborado por: Autora

3.- Después del incremento del Impuesto

$$y = 2,88 \times 10^7 + (4,86 \times 10^5) (77)$$

$$y = 66.222.000,00$$

Gráfico 39: Ventas después del Incremento del impuesto

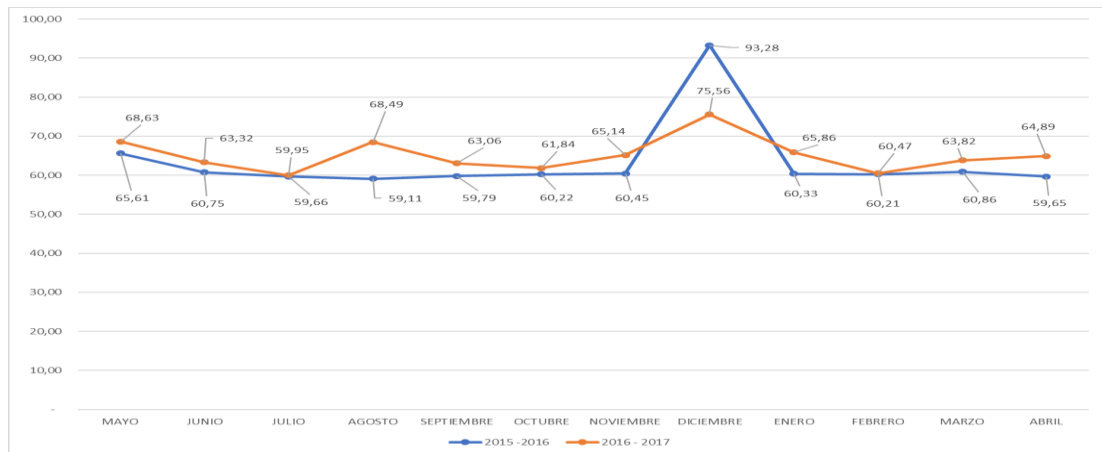


Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: Autora

Luego de realizar el análisis de regresión lineal en la venta de bebidas azucaradas dio hincapié al análisis de barras por meses y años el cual está representado en millones de dólares como se puede identificar a continuación.

Gráfico 40: Ventas por Meses y Años en millones de dólares.



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: Autora

Este gráfico nos ayuda a identificar de mejor manera el antes y el después del Impuesto en millones de dólares e identificar los cambios que se van dando en el consumo, debido a que las ventas más elevadas muestran de una u otra manera el consumo de Bebidas Azucaradas.

4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación.

Para realizar la verificación de la hipótesis se procedió a realizar el siguiente análisis con la ayuda de los datos encuestados a la población de la Merced que se detallaran a continuación.

Antes del Impuesto

Tabla 39: Frecuencia del consumo antes del impuesto

¿Frecuencia del consumo antes del impuesto?	Número	Porcentaje
No tomo refresco	0	0%
Alguna vez al mes	12	6%
Una vez por semana	21	11%
De 2 a 3 veces por semana	37	19%
De 4 a 5 veces por semana	48	24%
Casi diario	43	22%
Diario	35	18%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Después del Impuesto

Tabla 40: Frecuencia del consumo después del impuesto

¿Frecuencia del consumo después del impuesto?	Número	Porcentaje
No tomo refresco	1	1%
Alguna vez al mes	19	10%
Una vez por semana	31	16%
De 2 a 3 veces por semana	63	32%
De 4 a 5 veces por semana	46	23%
Casi diario	31	16%
Diario	5	3%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Una vez obtenido los datos de la encuesta se procedió a realizar una codificación de todos los datos obtenidos y así poder analizarlos los cuales se presentarán a continuación.

Tabla 41: Codificación de respuestas.

Detalle	Codigo	Total Antes	Total Despues
No tomo refresco	1	0	1
Alguna vez al mes	2	12	19
Una vez por semana	3	21	31
De 2 a 3 veces por semana	4	37	63
De 4 a 5 veces por semana	5	48	46
Casi diario	6	43	31
Diario	7	35	5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Para la comprobación de hipótesis se utilizó el estadístico de Wilcoxon, porque a la misma población se realizó una encuesta antes del Impuesto y la misma después del Impuesto, para poder observar si existió cambios significativos e identificar si la gente disminuyó el consumo después del Impuesto.

Para comprobar estadísticamente los datos se ingresó a un programa estadístico SPSS y se corrió el Tés en donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico 41: Validación de Hipótesis

Estadísticos de prueba ^a	
	despues - antes
Z	-11,958 ^b
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
b. Se basa en rangos positivos.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Regla Estadística

De acuerdo con Bernal-Torres (2016, pág. 189) indica que para la prueba de hipótesis es necesario definir un porcentaje o nivel de confianza dentro de la cual se aceptara o rechazará la hipótesis es usual usar valores para $\alpha = 0.01$ o $p=0.05$. Así mismo Hernandez-Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista-Lucio (2014, pág. 230) nos indica que si P es menor al valor de 0.05 con un nivel de confianza de 95% se procede a rechazar la hipótesis nula.

En nuestro caso como se puede observar en la gráfica anterior el Sig es nuestro P valor que es cero, de tal manera se dice que $P= 0.00$ y este es menor que 0,05 entonces se procede a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa la que nos indica que la aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales si influyo en las ventas de las bebidas azucaradas.

4.3 Limitación del estudio.

Las limitaciones de estudio que se encontraron en la realización de este proyecto de investigación presento algunos inconvenientes como:

- Algunas personas del barrio la Merced del cantón Ambato no contaban con tiempo suficiente para realizar la encuesta.
- También se pudo identificar un desconocimiento de las personas acerca del Impuesto a los Consumos Espéciale.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Con lo que respecta a los cambios del Impuesto a los Consumos Especiales que se obtuvo de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, se concluyó que desde el año 1989 ha existido cambios en los impuestos de bebidas gaseosas, en lo cual en este año se pudo identificar que el impuesto empezó con un 20% y así sucesivamente existió diferentes cambios los cuales se puede identificar en el 2007 con un 10% a las bebidas gaseosas y finalmente llegar hasta el 2016 conservando el 10 % para bebidas gaseosas, energizantes y aumentando a bebidas Azucaradas mayores a 25 gramos por litro un \$0,18 centavos.
- Mediante la encuesta a la sociedad se pudo identificar que existe un cambio en el consumo sin embargo las personas no dejan de consumir bebidas azucaradas, ya sea por precio, sabor, costumbre o facilidad. También se pudo concluir que muchas personas están dispuestas a dejar de consumir bebidas azucaradas y consumir otro tipo de bebidas más saludables para prevenir posibles enfermedades.
- Se puede concluir que los cambios efectuados en el Impuesto a los Consumos Especiales en el 2016 género un impacto en las ventas de bebidas azucaradas debido a que las ventas tienden a bajar pero su cambio de año tras año no es tan significativo, debido a que se identificó que las bebidas azucaradas se venden más en meses que son representativos como son en Diciembre y Mayo etc. y esto nos lleva a identificar que el impuesto si afecta de alguna manera las ventas en el Ecuador.

5.2 Recomendaciones

- Se sugiere al Gobierno, investigar las normativas y leyes que crearon otros países para reducir el consumo de productos que afectan la Salud Pública e identificar el porcentaje de impuesto aplicado por cada uno de ellos, también debería tomar en cuenta las investigaciones de la Organización Mundial de la Salud para que de esta manera pueda obtener una visión más acertada de lo que pasa en la sociedad y así pueda implementar o definir cambios en las leyes y reformas que ayuden a la ciudadanía a reducir el consumo de productos que afecten la salud.
- Se recomienda a la ciudadanía concientizar e informarse más sobre los productos que afectan su salud para ello se les recomienda verificar el semáforo o la tabla nutricional al momento que desee adquirir una bebida o producto alimenticio, para que de esta manera pueda evitar el consumo de las que contengan mayor nivel de azúcar para así proteger la salud de cada uno de los integrantes de las familias.
- Se recomienda a la Función Ejecutiva establecer responsables que establezcan políticas de socialización de nuevas leyes y reformas para dar a conocer el objetivo de cada una de ellas, de igual forma la sociedad pueda identificar el porqué de la creación de los impuestos, por consiguiente, estos sean aceptados por la sociedad y alcance en su totalidad el objetivo propuesto.

MATERIAL DE REFERENCIA

Referencias Bibliográficas

- Agostini, C., Corvalán, C., Cuadrado, C., Martínez, C., & Paraje, G. (2018). *Impuesto a los Alimentos con Nutrientes Dañinos para la Salud*. Chile: Research Gate. Recuperado el 8 de Julio de 2019, de https://www.df.cl/noticias/site/artic/20180921/asocfile/20180921171107/2018_03_02_evaluacion_y_aplicacion_de_impuestos__1_.pdf
- Alvarez de Cienfuegos, J. (2014). *Economics 211*. Alemania: Course Hero. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de <https://www.coursehero.com/file/p3a386u/Jos%C3%A9-Alvarez-de-Cienfuegos-El-impuesto-es-un-a-parte-de-la-renta-nacional-que/>
- Amoroso, X. (01 de Octubre de 2014). Impuesto a los Consumos Especiales. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Araneda-Flores, J., Lobos-Fernández, L., Olivares-Cortés, S., Oliva-Moresco, P., Quezada-Figueroa, G., & Sandoval-Rubilar, P. (2017). Bebidas azucaradas: Representaciones de escolares con sobrepeso y obesidad. *Scielo*, 7. Recuperado el 28 de Marzo de 2019, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182017000300276
- Argoti-Chamorro, A. C. (2013). *Confrontación de la Teoría Clásica Frente a la Keynesiana*. Bogotá: Mc. Graw Hil. Recuperado el 15 de Julio de 2019
- Arias- Galicia, F. (1986). *Técnicas de Investigación* (Tercera ed.). (R. Dias-Guerrero, Ed.) Mexico: Trillas.
- Armijos, J. P., Basani, M., Bonifaz, J. L., Borensztein, E., Carrillo-Maldonado, P., Castellani, F., . . . Wong, S. (2018). *Reformas y Desarrollo en el Ecuador Contemporáneo*. Quito: BID. Recuperado el 25 de Marzo de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=v-iGDwAAQBAJ&pg=PA70&dq=bebidas+gaseosas+y+el+ice&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiyi-St0eHiAhXC1IkKHTGiD4UQ6AEIPTAE#v=onepage&q=bebidas%20gaseosas%20y%20el%20ice&f=true>
- Armijos, S. (2015). *Bebidas el Sector se Inclina a lo Natural*. Quito: Vistazo. Obtenido de <http://anfab.com/wp/wp-content/uploads/2016/08/SUPLEMENTO-REVISTA-VISTAZO-agosto-2016-386.pdf>

- Aroca-Gamero, M. (2010). *Teoría de la administración de impuestos*. España: World Health Organization. Recuperado el 20 de Julio de 2019
- Aroca-Gamero, M. D. (2017). *Revista de Bioética y Derecho*. Recuperado el 28 de Marzo de 2019, de <http://revistes.ub.edu/index.php/RBD/>
- Asamblea Constituyente . (2007). *Impuesto a los Consumos Especiales Registro Oficial*. Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de <http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/ImageVisualizer/ImageVisualizer.aspx?id=215A4883E08F560046549D075F41659361496E54&type=RO>
- Asamblea Nacional. (2007). *Ley Organica para el Equilibrio de las Finanzas Publicas*. Quito. Obtenido de <https://www.fomentoacademico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/04/Ley-Orga%CC%81nica-para-el-Equilibrio-de-las-Finanzas-Pu%CC%81blicas.pdf>
- Asambles, N. (2016). *Ley Organica para el Equilibrio de las Finanzas Publicas*. Quito. Obtenido de <https://www.fomentoacademico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/04/Ley-Orga%CC%81nica-para-el-Equilibrio-de-las-Finanzas-Pu%CC%81blicas.pdf>
- Bencardio-Martínez, C. (2012). *Estadística y Muestreo* (Décima Tercera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones. doi:978-958-648-702-3
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). (O. Fernandez-Palma, Ed.) Bogota, Colombia: Pearson.
- Bernal-Torres, C. A. (2016). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). (O. Fernandez, Ed.) Colombia: Pearson. Recuperado el Junio de 23 de 2019
- Boston Public Health. (2014). *Hoja informativa sobre las bebidas azucaradas, la obesidad y las enfermedades crónicas*. Boston: Commission. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de http://www.bphc.org/whatwedo/healthy-eating-active-living/sugar-smarts/beverage-environment/Documents/SSB%20Fact%20Sheet%20Update%20June%2030%202014_sp.pdf
- Calle-Oleas, R. B., Malla-Alvarado, F. Y., Lalangui-Lima, M. S., & Guamán-González, F. G. (2017). *El Impuesto al Valor Agregado IVA en Ecuador y su Incidencia en las Recaudaciones Tributarias*. Quito: Sur Academi. Recuperado el 24 de Enero de 2019, de [file:///C:/Users/PC/Downloads/482-Texto%20del%20artículo-1432-1-10-20181109%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/482-Texto%20del%20artículo-1432-1-10-20181109%20(2).pdf)

- Canela-Cáceres, J. R. (julio-septiembre de 2013). El consumo de bebidas carbonatadas y dulces no solo causa obesidad, quizás también está relacionado con trastornos de la conducta y agresividad. *Pedestría Atención Primaria*, XV(59), 125. Obtenido de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=366639777025>
- Casares, E. R., García, M. G., Ruiz, L., & Sobarzo, H. (2015). *Distribución del Ingreso, Impuestos y Transferencias en México*. México: Trimestre Económico. Recuperado el 28 de Enero de 2019, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v82n327/2448-718X-ete-82-327-00523.pdf>
- CID-Perez, D. (2007). *Investigacion Fundamentos y Metodologia* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Pearson.
- Codigo Tributario. (2014). *Obligaciones Tributarias*. Quito. Recuperado el 12 de Abril de 2019, de <http://CÓDIGO%20TRIBUTARIO%20ULTIMA%20MODIFICACION%20Ley%20%20Registro%20Oficial%20Suplemento%20405%20de%2029-dic.-2014.pdf>
- Congreso Nacional. (1989). *Impuesto a los Consumos Especiales Registro Oficial 341*. Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRHISTOR-01_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_DE_DIC_89_A_MAY_90&query=%22ley%20de%20regimen%20tributario%22
- Congreso Nacional. (1993). *Impuesto a los Consumos Especiales Registro Oficial 349*. Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRHISTOR-15_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_DE_DIC_95_A_DIC_96&query=%22ley%20de%20regimen%20tributario%22#I_DXDataRow28
- Congreso Nacional. (1995). *Impuesto a los Consuos Especiales Registro Oficial 852 Suplemento 2*. Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRHISTOR-15_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_DE_DIC_95_A_DIC_96&query=%22ley%20de%20regimen%20tributario%22#I_DXDataRow28
- Congreso Nacional. (1997). *Impuesto a los Consumos Especiales Registro Oficial Suplemento 120*. Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de

- http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRHISTOR-19_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_DE_JUL_97_A_DIC_97&query=%22ley%20de%20regimen%20tributario%22#I_DXDataRow2
- Congreso Nacional. (1998). *Impuesto a los Consumos Especiales*. Quito. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=TRHISTOR-24_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO_DE_SEP_98_A_ABR_99&query=%22ley%20de%20regimen%20tributario%22#I_DXDataRow2
- Díaz, A. A., Veliz, P. M., Rivas-Mariño, G., Mafla, C. V., Martínez-Altamirano, L. M., & Vaca-Jones, C. (2017). *Etiquetado de Alimentos en Ecuador*. Obtenido de <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/34059/v41a542017.pdf?sequence=1&isAllowed=y&ua=1>
- Ecoticias. (2019). *La Plaga de las Bebidas Azucaradas*. Alemania. Recuperado el 20 de Marzo de 2019, de <https://www.ecoticias.com/vida-saludable/194906/La-plaga-de-las-bebidas-azucaradas>
- Euromonitor Internacional. (2014). *Los Países que más Gaseosas Consumen*. Dinero. Recuperado el 23 de Marzo de 2019, de <https://www.dinero.com/pais/articulo/los-10-paises-latinos-mas-gaseosas-consumen/203039>
- Flores-Poveda, J., Pico, A. L., & Alcívar Trejo, C. (2016). *EL Impuesto a los Consumos Especiales y su Impacto en el Consumo de Cigarrillos*. Ecuador: Revista Caribeña de ciencias sociales. Recuperado el 28 de Enero de 2019, de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/01/impuestos.html>
- García-Flores, C. L., López-Espinoza, A., Martínez-Moreno, A. G., Beltrán-Miranda, C. P., & Zepeda-Salvador, A. P. (28 de Junio de 2017). Estrategias para la disminución del consumo de bebidas endulzadas. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*(2), 22. doi:10.14306/renhyd.22.2.426 [ahead of print]
- General, A. (2016). *Ley de egimen Tributario Interno*. Quito: Registro Oficial 744. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentCompare/Compare.aspx?DocumentId=00274209&VersionId_1=20071229&VersionId_2=20161229&CUID=48453

- H. Congreso Nacional. (2016). *Ley Organica de Regimen Tributaria Interna, (LORTI)*.
 Direccion nacional jurídica, Departamentode Normativa Tributaria, Quito.
 Recuperado el 18 de Enero de 2018, de
<http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/dc86c31e-4178-4d57-9217-117fde7457c9/Ley+de+Regimen+Tributario+Interno-+Ultima+Modificaci%F3n+21+de+agosto+2018.pdf>.
- Hernández - Sampieri, C. (1997). *Metodologia de la Investigacion* (Primera ed.). (L. Casas - Pérez , Ed.) Mexico: Mexicana. doi:ISBN 968-422-931-3
- Hernández - Sampieri, C. R. (1997). *Metodologia de la Investiigacion* (Primera ed.). (L. Casas -Pérez, Ed.) Mexico: Mexicana. doi:ISBN 968-422-931-3
- Hernandez- Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigacion* (Sexta ed.). (S. D. McGRAW-HILL/Interamericana Editores, Ed.) Mexico, Mexico: Marcela I Rocha Martinez.
- Hernandez-Sampieri, R., Fernandez-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. (2014). *Metodologia de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 23 de Junio de 2019
- Huamán-Calderón, D. (2011). *Fuentes de Información*. Centro de gestión de conocimiento, Organización Mundial de la Salud, Peru. Recuperado el 28 de 01 de 2019
- Huamán-Calderón, D. (2011). *Funtes de Informacion*. Centro de gestion de conocimiento, Organizacion Mundial de la Salud, Peru. Recuperado el 28 de 01 de 2019
- Instituto Nacional de Estadistica y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Quito: INEC. Recuperado el 01 de Mayo de 2019, de
<http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIU%204.0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Ambato. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBATO_TUNGURAHUA.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (1 de Agosto de 2012). Analisis Sectoriales. *Info Economía*, pág. 7.
- Instituto Nacional de Salud Pública. (2019). *Los impuestos en refrescos, tabacos y alcohol benefician la salud y recaudación fiscal*. México: Webmaster INSP. Recuperado el 7 de Julio de 2019, de <https://www.insp.mx/avisos/4940-impuestos-salud-recaudacion.html>

- Kirk-Retchkiman, B. (1977). *David Ricardo y la Teoría Fiscal*. México: UNAM. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de file:///C:/Users/PC/Downloads/41059-103479-1-PB%20(3).pdf
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2012). *Economía Internacional* (9 ed.). (Y. Moreno- López, Trad.) Pearson.
- Lerma-Gonzalez, D. H. (2017). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación*. Barcelona: UAB. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Luceño, A., & Gonzalez, F. J. (2004). *Metodos estadísticos para medir, describir y controlar la variabilidad*. Catabria. Recuperado el 2 de Mayo de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=383I0j2X4tIC&pg=PA139&dq=metodo+t+de+student&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8sLufheniAhWOtVkkKHQrYAjgQ6AEIKDAA#v=onepage&q=%20t%20de%20student&f=true>
- Menéndez-Méndez, M. (2015). *Las fuentes secundarias para el historiador* (cuarta ed.). ESPAÑA. Recuperado el 13 de 01 de 2019
- Ministerio de Hacienda. (2017). *La Reforma Tributaria Argentina*. Argentina: Secretaría de Política Económica. Recuperado el 8 de Julio de 2019, de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ministerio_de_hacienda_-_la_reforma_tributaria_argentina_de_2017_web2.pdf
- Morettini, M. (2002). *Teorías del Impuesto al Consumo*. México: Nulan. Recuperado el 19 de Julio de 2019
- Navarro-Mejía, M. E. (2012). *Técnicas de Venta* (Primera ed.). (E. Duran-Valdivieso, Ed.) México: Red Tercer Milenio. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de http://bucleperu.com/wp-content/uploads/2018/10/Tecnicas_de_venta.pdf
- Ocampo, J. A., Stallings, B., Bustillo, I., Velloso, H., & Frenkel, R. (2014). *La crisis latinoamericana de la deuda desde la perspectiva histórica* (Primera ed.). Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe. doi:ISBN 978-92-1-221123-7
- Olano-Paredes, V. (2014). Mitos Frecuentes sobre el Consumo de Bebidas y su Efecto sobre la Salud. *REDALYC*, 39. Recuperado el 28 de Marzo de 2019, de [https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16026/OlanoParedes Virginia2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16026/OlanoParedes%20Virginia2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Organización Mundial de la Salud. (2016). *Reducir el consumo de bebidas azucaradas*. Recuperado el 25 de 11 de 2018, de https://www.who.int/elena/titles/ssbs_adult_weight/es/
- Organización Panamericana de la Salud. (2017). *Los Impuestos a los Refrescos y a las Bebidas Azucaradas como Medida de Salud Pública*. Mexico: OPS. Recuperado el 27 de Marzo de 2019, de https://www.paho.org/mex/index.php?option=com_content&view=article&id=627:los-impuestos-refrescos-bebidas-azucaradas-medida-salud-publica&Itemid=499
- Ortún , V., López-Valcárcel , B., & Pinilla, J. (2016). El Impuesto Sobre Bebidas Azucaradas en España. *90*, 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17043728023>
- OXFAM. (2013). *El papel de las 10 grandes empresas de alimentos y bebidas en el sistema alimentario crece*. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/bp166-behind-the-brands-260213-es_2.pdf
- Quimbayo-Suarez, L. A. (2015). *EL Impuesto a la Gaseosa en Colombia*. Colombia: UAMF. Recuperado el 26 de Marzo de 2019, de http://www.fce.unal.edu.co/media/files/UAMF/editorial_uamf/EL_IMPUESTO_A_LA_GASEOSA_EN_COLOMBIA.pdf
- Rodes, J., Pique, J. M., & Trilla, A. (2007). *Libro de Salud del Hospital Clinic de Barcelona y la Fundacion BBVA*. Bilbao: Nerea, S.A. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=SsMyI7M0nZYC&printsec=frontcover&dq=Ice+en+las+venta+de+bebidas+azucaradas+en+ecuador&hl=es&sa=X&ved=0ahUKonepage&q=bebidas%20azucaradas&f=true>
- Rodríguez , R. J. (1996). *Teorías Básicas del Impuesto*. Buenos Aires: Registro de la Propiedad Intelectual. Recuperado el 8 de Julio de 2019, de http://www.rubenjoserodriguez.com.ar/wp-content/uploads/2011/07/Teoria_Basica_del_Muestreo.pdf
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Panamericana. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf
- Sandoval, M. Y. (2017). *Impuestos Saludables y Salud Pública*. (B. Gónzales-Soto, Ed.) Bogotá: Educar Consumidores. Recuperado el 8 de Julio de 2019, de <http://www.educarconsumidores.org/pdf/9>

- Santos, R. (2013). *Desarrollo Economico Global*. Quito. Recuperado el 28 de Abril de 2019, de http://gye.ecomundo.edu.ec/doc_aula_virtual_ecotec/tareas/2013F1/ECO201/alum/2012562006_5598_2013F1_ECO201_IMPUESTOS_DESARROLLO_EC_GLOBAL.docx
- Servicio de Impuestos Internos . (2019). *Conoce mas sobre los Impuestos*. Quito: SII. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de http://www.sii.cl/destacados/sii_educa/contenidos/contribuyentes/ed_fiscal/92-GA-201405295939.pdf
- Servicio de Rentas Intenas. (2017). *SRI Boletin de Prensa* . Quito. Recuperado el 20 de 12 de 2018, de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Bolet%C3%ADn%20de%20Prensa%20No.%2029.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2018). *El Impuesto a los Consumos Especiales*. AMBATO. Recuperado el 3 de Abril de 2019, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-consumos-especiales>
- Sheldon, M. R. (2007). *Introduccion a la estadistica* (Segunda ed.). España: Reverte. Recuperado el 2 de Mayo de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=pPM2TgQsx8wC&pg=PA527&dq=metodo+de+regresion+lineal&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjy7L7iguniAhVKo1kKHTtnAosQ6AEIKDAA#v=onepage&q=metodo%20de%20regresion%20lineal&f=true>
- Silva, P., & Duran, S. (22 de Marzo de 2014). Bebidas Azucaradas más que un Simple Refresco. *Revista Chilena de Nutrición*, 41(1), 8. doi:ISSN: 0716-1549
- Silvestrini- Ruiz, M. (2008). *Fuentes de Información*. Buenos Aires: Bogota. Recuperado el 25 de 01 de 2019
- Soto-Montero, J., & Lafuente-Marín, D. (1 de Diciembre de 2013). Efectos de las Bebidas Gaseosas Sobre Algunas Resinas Compuestas. *Revista Científica Odontológica*, 9(2), 15. doi:ISSN 1659-1992
- Spiegel, M., & Stephens, L. (2009). *Estadística* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill. doi:978-0-07-148584-5
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuarta ed.). Mexico: Mexicana. Recuperado el 05 de Mayo de 2019, de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

- Statista. (2019). *Principales empresas de bebidas a nivel mundial, según ventas netas en 2014 (in millones de USD)*. Quito. Recuperado el 5 de MAYO de 2019, de <https://es.statista.com/estadisticas/601277/mercado-global-de-bebidas-empresas-lideres-segun-ventas-netas/>
- Taboola. (2019). *Ventas*. Quito: Definiciones. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de <https://conceptodefinicion.de/venta>
- Turchese, R. (2003). *Perder Peso Encontrando Alternativas a las Bebidas Azucaradas*. España. Recuperado el 28 de Enero de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=Y7xgDAAAQBAJ&pg=PP4&dq=que+es++bebidas+azucaradas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT-ImwuoLjAhXswVkkHbapAHMQ6AEILjAB#v=onepage&q=que%20es%20%20bebidas%20azucaradas&f=true>
- Vasanti, M., Schulze, M., & Hu, F. (2006). *Una revisión sistematica*. Estados Unidos. Obtenido de <https://www.intramed.net/contenido.asp?contenidoID=42586>
- Vitti, D. (1934). *Principios Fundamentales de economia*. Madrid: Revista de Derecho Privado. doi:ISBN 10: 8446038315
- Valverde Obando, A. A. (2018). *Produccion de Bebidas Azucaradas a partir de la Ley Organica para el Equilibrio de las Finanzas Publicas*. Quito. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4852/1/ART%3%8DCULO%20CIEN%3%8DFICO%20Valverde%20Obando%20Adri%3%A1n%20Alexander.pdf>
- Washington, D. (2015). *Alimentos y Bebidas Ultraprocesados en America Latina*. Organización Panamericana de la Salud., Departamento de Enfermedades no Transmisibles y Salud Mental. Recuperado el 20 de 11 de 2018

Anexos
CHECK LIST

CHECK LIST		
Aplicado en:	Ley de Régimen Tributario Interno	
Desarrollado por:	Jessica Guano	
Fecha de aplicación	26 de abril de 2019	
Motivo de la aplicación:	Analizar los cambios de la normativa del Impuesto a los Consumos Especiales a las bebidas azucaradas en los últimos 30 años.	
VERIFICACIÓN DEL DESARROLLO DE LA LORTI EN EL IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES		
N°	PREGUNTAS	
1	Existen cambios en la Ley de Régimen Tributario Interno	✓
2	Existió Cambios en Impuesto a los Consumos Especiales.	✓
3	Establecer los cambios realizados del Impuesto a los Consumos Especiales en las bebidas Azucaradas	✓
4	Recopilar información de los respectivos cambios que se generaron en las bebidas azucaradas en los diferentes años.	✓
5	Establecer los porcentajes del cambio en las bebidas azucaradas.	✓
6	Distinguir los Registros Oficiales de cada uno de los cambios efectuados.	✓
7	Identificar las tarifas del Impuesto al Consumo de Bebidas Azucaradas.	✓
8	Realizar un cuadro identificando las tarifas del impuesto con sus respectivos años	✓

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 22 DE DICIEMBRE DEL 1989	LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 31 DE DICIEMBRE DEL 1993	LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 29 DE DICIEMBRE DEL 1995	LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 31 DE JULIO DE 1997	LEY DE REEGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 10 DE AGOSTO DE 1998	LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 29 DE DICIEMBRE DEL 2007	LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO 29 DE ABRIL 2016
<p>Según La Ley de Régimen Tributario Interno (1989) en su Registro Oficial 341, el cual especifica que dentro de este periodo se crea el impuesto a los consumos especiales en las Bebidas Gaseosas y Aguas minerales las cuales se darán a conocer sus % en lo siguiente:</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuesto</p> <p>Art. 78.- Tarifas del ICE son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas Tarifa Única 20% ➤ Aguas minerales y aguas purificadas Tarifa Única 5% 	<p>Según La Ley de Régimen Tributario Interno (1993) en su Registro Oficial 349, en donde especifica que dentro de este periodo existió un cambio a continuación se pone a disposición.</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuesto</p> <p>Art. 78.- Tarifas del ICE son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 12% ➤ Aguas minerales y aguas purificadas 5% 	<p>Según La Ley de Régimen Tributario Interno (1995) en su Registro Oficial 852, indica que existió cambios en esta ley la cual se especifica a continuación.</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuesto</p> <p>Art. 78.- Tarifas del ICE son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 15% ➤ Aguas minerales y aguas purificadas 8% 	<p>Según La Ley de Régimen Tributario Interno (1997) en su Registro Oficial Suplemento 120; informa que existió cambios en el Impuesto a los Consumos Especiales el cual se especifica a continuación:</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuesto</p> <p>Art. 78.- Tarifas del ICE son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 10% <p>En esta sección desaparece las aguas minerales</p>	<p>Según La Ley de Régimen Tributario Interno (1998) en su Registro Oficial 381, informa que existió cambios los cuales serán presentados a continuación:</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuesto</p> <p>Art. 78.- Tarifas del ICE son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 10,30% 	<p>Según La Ley de finanzas publicas Tributario Interno (2007) en su Registro Oficial 242 que existió cambios los cuales serán presentados a continuación:</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuesto</p> <p>Art. 82.- Están gravados con el impuesto a los consumos especiales los siguientes bienes y servicios</p> <p>GRUPO I</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas Gaseosas 10% 	<p>Por otro lado, según la Ley Orgánica de las Finanzas públicas en el Registro Oficial 368 (2016).</p> <p>Capitulo III Tarifas del Impuestos.</p> <p>Art: 82; Están gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales los siguientes bienes y servicios.</p> <p>GRUPO V TARIFA ESPECIFICA TARIFA AD VALOREM</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas gaseosas con contenido de azúcar menor o igual a 25 gramos por litro de bebida. Bebidas energizantes. N/A 10% ➤ Bebidas no alcohólicas y gaseosas con contenido de azúcar mayor a 25 gramos por litro de 0,18 USD por 100 gramos bebida, excepto bebidas de azúcar N/A energizantes.

Fuente: Ley de régimen Tributario Interno

Primera Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.

ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE BEBIDAS AZUCARADAS.

Objetivo. - Obtener información anónima para analizar el consumo de bebidas azucaradas en el cantón Ambato y su efecto en la salud.

ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.

1. Edad _____
2. Género: Hombre ___ Mujer ___
3. Sector: Urbano ___ Rural ___
4. Estado civil: Soltero ___ Casado ___ Viudo ___ Divorciado ___ Unión libre ___
5. Nivel educativo: Cuarto Nivel ___ Tercer Nivel ___ Secundario ___ Primaria ___ Ninguno ___
6. Ocupación: Trabaja ___ Dueño de un Negocio ___ Tareas del Hogar ___ Estudiante ___ Sin Empleo ___
7. ¿Cuántas personas conforman su familia incluido usted?

ASPECTOS DE SALUD.

8. ¿Cuál es su peso en kilogramos?
_____ kgs.
9. ¿Cuál es su estatura en metros?
_____ mtrs.
10. **¿Seleccione si a usted se le ha diagnosticado alguna enfermedad de las siguientes?**
 1. Diabetes _____
 2. Hipertensión arterial _____
 3. Hipotiroidismo _____
 4. Enfermedades de huesos y articulaciones _____
 6. ninguna _____
11. **¿Indique si a algún familiar de usted se le ha diagnosticado alguna enfermedad de las siguientes?**
 1. Diabetes _____
 2. Hipertensión arterial _____
 3. Hipotiroidismo _____
 4. Enfermedades de huesos y articulaciones _____
 6. ninguna _____

ASPECTOS DE CONSUMO

12. ¿Con que frecuencia consume bebidas azucaradas embotelladas?

- ___ No tomo refresco
___ Alguna vez al mes
___ Una vez por semana
___ De 2 a 3 veces por semana
___ De 4 a 5 veces por semana
___ Casi diario
___ Diario

13. ¿Por qué razón consume bebidas azucaradas embotelladas?

Sabor ___ Facilidad ___ Precio ___ Sed ___ Costumbre ___

14. ¿En qué ocasión considera usted que consume más bebidas azucaradas embotelladas?

Con familiares/amigos ___ Con comidas ___ En el trabajo/estudio ___ Cuando hace deporte ___

15. ¿Con respecto al tiempo, hace 3 años como ha variado la frecuencia del consumo de bebidas azucaradas embotelladas para usted?

Antes consumía más que hoy ____ Antes consumía menos que hoy ____ Se ha mantenido

16. ¿Cuál es el tipo de bebida azucarada embotellada preferida por usted?

Gaseosas ____ Energizantes ____ Jugos/Avenas ____ Aguas saborizadas ____ Otros refrescos ____ Lácteos Azucarados ____

17. ¿Cuál es la línea de bebidas favorita?

1 Coca cola ____ - 2 Pepsi ____ 3 Tesalia ____ 4. Frukis ____ 5 Quíntuple ____ Otra ____

18. ¿Qué presentación de bebidas azucaradas embotelladas es de su preferencia?

Personal ____ 1/2ltrs ____ 1ltrs ____ 2ltrs ____ 3ltrs ____

19 ¿Cuál es el sabor de bebida favorita para usted?

1 Coca negra ____ 2 Naranja ____ 3 Limón ____ 4 Fresa ____ 5 Manzana ____ 6 Piña ____ 7 Otros ____

20 ¿Qué cantidad de bebidas azucaradas embotelladas consume usted por semana en litros?

Menos de 1 litro ____ 1Ltr ____ 2 Ltr ____ 3Ltr ____ 4Ltr ____ Mas 4 Ltr

21. ¿Qué cantidad de dinero gasta semanalmente en bebidas azucaradas embotelladas a la pregunta anterior? _____

22 ¿Quién considera usted que es el mayor consumidor de bebidas azucaradas embotelladas?

Niños ____ Adolescentes ____ Jóvenes ____ Adultos ____ Adultos Mayores ____

Aspectos de información nutricional

23. Seleccione en una escala de 1 a 4, siendo 1 nunca y 4 siempre la siguiente interrogante:

¿Usted verifica la tabla nutricional al momento de adquirir bebidas azucaradas?

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____

24. Seleccione en una escala de 1 a 4, siendo 1 nunca y 4 siempre la siguiente interrogante:

¿Al momento de adquirir las bebidas azucaradas usted toma la decisión guiado en el semáforo nutricional?

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____

25. ¿Por qué razón usted estaría dispuesto consumir bebidas endulzadas con edulcorantes naturales no calóricos, por ejemplo: estevia?

Salud ____ Precio ____ Sabor ____

26. Seleccione en una escala de 1 a 4, siendo 1 Totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo la siguiente interrogante:

¿Cuál es su posición frente a un incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) a las bebidas azucaradas como política gubernamental para disminuir el consumo y prevenir el riesgo de adquirir enfermedades?

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____

ASPECTOS IMPOSITIVOS

27. ¿Sabía usted que a partir del mes de junio del 2016 se incrementó el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) de las bebidas azucaradas?

Si ____ No ____

28. ¿Cuál fue el efecto en el consumo de bebidas azucaradas posterior al incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) implementado desde junio del 2016

Se incrementó___ Se mantuvo___ Disminuyó___

29. ¿Con que tarifa de Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) sobre las bebidas azucaradas está de acuerdo usted?

10%___ 20%___ 30%___ 40%___ Mas del 40%___

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA.
ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE BEBIDAS AZUCARADAS.**

Objetivo. - Obtener información anónima para analizar el consumo de bebidas azucaradas en el cantón Ambato antes de la aplicación del impuesto y después de la aplicación del impuesto.

Para la siguiente encuesta por favor marcar con una x solo una opción no se aceptan dos respuestas

De antemano se agradece su colaboración

Antes del impuesto a los consumos especiales indique:

1.- ¿Con que frecuencias consumía bebidas azucaradas embotelladas?

- ___ No tomo refresco
- ___ Alguna vez al mes
- ___ Una vez por semana
- ___ De 2 a 3 veces por semana
- ___ De 4 a 5 veces por semana
- ___ Casi diario
- ___ Diario

Después de aplicar el impuesto a los consumos especiales indique:

2.- ¿Con que frecuencias consume bebidas azucaradas embotelladas?

- ___ No tomo refresco
- ___ Alguna vez al mes
- ___ Una vez por semana
- ___ De 2 a 3 veces por semana
- ___ De 4 a 5 veces por semana
- ___ Casi diario
- ___ Diario