



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**TASAS DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO EN EL
NIVEL DE RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS
FABRICANTES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LIMA
METROPOLITANA, PERIODO 2018**

**PRESENTADA POR
MARIO ALEXIS MAGUIÑO YARANGA**

**ASESOR
CIRO RIQUELME MEDINA VELARDE**

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS CON MENCIÓN EN TRIBUTACIÓN FISCAL Y
EMPRESARIAL**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN
TRIBUTACIÓN Y COMERCIO GLOBAL**

LIMA – PERÚ

2022



CC BY

Reconocimiento

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

UNIDAD DE POSGRADO

**TASAS DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO EN EL NIVEL
DE RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS FABRICANTES DE
BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LIMA METROPOLITANA, PERIODO
2018.**

PRESENTADO POR

MARIO ALEXIS MAGUIÑO YARANGA

ASESOR:

Dr. CIRO RIQUELME MEDINA VELARDE

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN CIENCIAS CONTABLES
Y FINANCIERAS CON MENCIÓN EN TRIBUTACIÓN FISCAL Y EMPRESARIAL**

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

TRIBUTACIÓN Y COMERCIO GLOBAL

LIMA – PERÚ

2022

**TASAS DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO EN EL NIVEL
DE RENTABILIDAD, EMPRESAS FABRICANTES DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS EN LIMA METROPOLITANA, PERIODO 2018.**

ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO**ASESOR:**

Dr. Ciro Riquelme Medina Velarde

PRESIDENTE DEL JURADO:

Dr. Juan Amadeo Alva Gómez

SECRETARIO DEL JURADO:

Dr. Cristian Alberto Yong Castañeda

MIEMBROS DEL JURADO:

Dra. Elsa Esther Choy Zevallos

Dr. Juan Augusto Ferreyros Morón

Dr. Ciro Riquelme Medina Velarde

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a mis padres, que con su paciencia y esfuerzo me han permitido cumplir mis sueños, y me acompañaron en todas las etapas de mi vida.

El autor.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a mis padres, por apoyarme en todo el proceso de formación académica quienes me brindaron su paciencia y dedicación para poder ser una mejor persona.

A su vez agradezco a la Universidad, profesores, y asesores, gracias a su apoyo para lograr este objetivo.

El autor.

ÍNDICE

Portada	i
Título	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
ÍNDICE	v
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	xii
 INDICE	
Capítulo I:	1
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	2
1.2 Formulación del Problema.....	5
1.2.1 Problema General	5
1.2.2 Problemas Específicos.....	5
1.3 Objetivos de la Investigación	6
1.3.1 Objetivo General	6
1.3.2 Objetivos Específicos.....	6
1.4 Justificación de la Investigación.....	7
1.4.1 Importancia.....	7
1.4.2 Viabilidad de la Investigación	7
1.4.3 Limitaciones.....	7
Capítulo II:	8

2.1 Antecedentes	9
2.1.1 Tasa del Impuesto Selectivo al Consumo	9
2.1.2 Nivel de Rentabilidad	16
2.2 Bases Teóricas:	21
2.2.1 Tasas del Impuesto Selectivo al Consumo	21
2.2.2 Nivel de Rentabilidad	46
2.3 Definición de Términos Básicos (Glosario)	61
Capítulo III:	64
3.1 Hipótesis General	65
3.2 Hipótesis Específicas	65
3.3 Operacionalización de Variables	66
Capítulo IV:	68
4.1 Diseño Metodológico	69
4.1.1 Tipo de Investigación de Acuerdo a la Finalidad	69
4.1.2 Tipo de Investigación de Acuerdo a Nivel	69
4.1.3 Tipo de Investigación de Acuerdo al Diseño	69
4.1.4 Tipo de Investigación de Acuerdo al Enfoque	70
4.1.5 Procedimiento de Contrastación de Hipótesis	70
4.2 Población y Muestra	72
4.2.1 Población	72
4.2.2 Muestra	72
4.3 Técnicas para la Recolección de Datos	74
4.3.1 Descripción de los Instrumentos	74

4.3.2 Procedimiento de Comprobación de Validez y Confiabilidad de los Instrumentos	74
4.4 Técnicas Para el Procesamiento de la Información	77
4.5 Aspectos Éticos	77
Capítulo V:	79
5.1 Presentación	80
5.2 Interpretación de Resultados	80
5.3 Contrastación de Hipótesis	106
5.3.1. Hipótesis Secundaria (a)	107
5.3.2. Hipótesis Secundaria (b)	113
5.3.3. Hipótesis Secundaria (c)	118
5.3.4. Hipótesis Secundaria (d)	123
5.3.5. Hipótesis General	128
Capítulo VI:	133
6.1 Discusión de Resultados	134
6.2 Conclusiones	135
6.3 Recomendaciones	136
Anexos	142
Anexo 1: Matriz de Consistencia	138
Anexo 2: Encuestas	139
 INDICE DE TABLAS	
Tabla 1	66

Tabla 2	67
Tabla 3	75
Tabla 4	76
Tabla 5	76
Tabla 6	108
Tabla 7	109
Tabla 8	111
Tabla 9	112
Tabla 10	115
Tabla 11	116
Tabla 12	120
Tabla 13	121
Tabla 14	125
Tabla 15	126
Tabla 16	129
Tabla 17	130

INDICE DE ILUSTRACION

Ilustración 1	71
Ilustración 2	81

Ilustración 3	82
Ilustración 4	83
Ilustración 5	84
Ilustración 6	86
Ilustración 7	87
Ilustración 8	88
Ilustración 9	89
Ilustración 10	90
Ilustración 11	91
Ilustración 12	92
Ilustración 13	93
Ilustración 14	94
Ilustración 15	95
Ilustración 16	96
Ilustración 17	97
Ilustración 18	98
Ilustración 19	99
Ilustración 20	100
Ilustración 21	101
Ilustración 22	102
Ilustración 23	103
Ilustración 24	104
Ilustración 25	105
Ilustración 26	110
Ilustración 27	113
Ilustración 28	117
Ilustración 29	118
Ilustración 30	122
Ilustración 31	123

Ilustración 32	127
Ilustración 33	128
Ilustración 34	131
Ilustración 35	132

RESUMEN

La presente tesis, “TASAS DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO EN EL NIVEL DE RENTABILIDAD, EMPRESAS FABRICANTES DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN LIMA METROPOLITANA, 2018”, muestra el impacto que produce el impuesto sobre la rentabilidad de los negocios, en este caso sobre el Impuesto Selectivo al Consumo -ISC, impuesto que grava a todos los productos que dañan la salud de la persona de manera

directa o indirectamente, este impuesto tiene como consecuencia el aumento del precio, efecto que recaerá sobre el consumidor final quien es el que decidirá si mantener el consumo de este producto o disminuirlo. Este trabajo de investigación se basó en demostrar cómo repercute este impuesto en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas y qué medidas tomar para que la influencia de este impuesto no sea perjudicial.

Con respecto a la estructura del trabajo de investigación, está constituida por el planteamiento de problema, marco teórico, hipótesis y variables, metodología, resultados, discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones, sustentada con información verídica, de una fuente de información de personas con amplia experiencia en el control de las dos variables en sus empresas respectivamente.

En la tesis podemos apreciar un desarrollo esquemático, el cual comienza con el problema, y el enfoque en los antecedentes y trabajos anteriores con gran información sustentada en temas relacionados al objetivo de la investigación, también es válido mencionar a las personas encuestadas que, gracias a sus conocimientos, se realizó los cálculos estadísticos para obtener el resultado y la discusión de resultado de la tesis.

ABSTRACT

This thesis, "RATES OF THE SELECTIVE TAX ON CONSUMPTION IN THE PROFITABILITY LEVEL, COMPANIES MANUFACTURING ALCOHOLIC BEVERAGES IN METROPOLITAN LIMA, 2018", shows the impact that the tax produces on the profitability of businesses, in this case on the Selective Tax Consumption (ISC), a tax that is levied on all products that damage the health of the person directly or indirectly, this tax has as a consequence an increase in the price, an effect that will fall on the final consumer who is the

one who will decide whether to maintain consumption of this product or decrease it. This research work was based on demonstrating how this tax affects companies that manufacture alcoholic beverages and what measures to take so that the influence of this tax is not harmful.

Regarding the structure of the research work, it is constituted by the problem statement, theoretical framework, hypotheses and variables, methodology, results, discussion of results, conclusions and recommendations, supported with truthful information, from a source of information of people with extensive experience in controlling the two variables in their companies respectively.

In the thesis we can appreciate a schematic development, which begins with the problem, and the focus on the antecedents and previous works with great information based on topics related to the objective of the research, it is also valid to mention the people surveyed who, thanks to his knowledge, the statistical calculations were carried out to obtain the result and the discussion of the thesis result.

INTRODUCCION

En la presente tesis, se desarrolla el tema de, “TASAS DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO EN EL NIVEL DE RENTABILIDAD, EMPRESAS FABRICANTES DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN LIMA METROPOLITANA, 2018” para resolver el problema sobre impacto que ocasiona el ISC en la rentabilidad de las empresas de bebidas alcohólicas, y poder tomar mejores decisiones financieras a futuro con el objetivo de sobrellevar el efecto que pueda generar cualquier modificación en este impuesto. La investigación se realizó

basándose en la estructura del Manual para la elaboración, desarrollo y presentación de Tesis de la Sección de Post Grado de la USMP. Comprende los siguientes capítulos:

Capítulo 1: Planteamiento del Problema, se muestra el desarrollo de la pregunta central del trabajo el cual comprende saber si el Impuesto Selectivo al Consumo – ISC incide en la rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, donde se explica la realidad problemática que proporciona la información necesaria para desenvolver el problema general y los específicos con la finalidad de tener una mayor amplitud del problema.

Capítulo 2: Marco Teórico, se considera investigaciones anteriores con objetivos similares, aportando ideas y opiniones que sostienen el presente trabajo de investigación, también se incluye algunos términos básicos que utilizan a lo largo de la tesis.

Capítulo 3: Hipótesis y Variables, Se encuentran las posibles respuestas del problema planteado previamente a la investigación

Capítulo 4: Metodología, Se desarrolla las características metodológicas de la presente tesis y el tipo de investigación al cual clasifica por sus diversos aspectos, también se menciona la población y la muestra que se considera para la presente tesis el cual determinara el universo de empresas para una obtención de datos con mayor precisión.

Capítulo 5: Respuestas, se muestra los resultados de las encuestas aplicada a la muestra establecida con la finalidad de obtener la información requerida para la tesis, además cada resultado contiene la interpretación respectiva para un mayor análisis y con el proceso estadístico aplicando la correlación de Pearson el cual nos permitirá determinar la relación que existen entre las variables.

Capítulo 6: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, se realiza la descripción de los resultados finales con respecto al problema de la tesis, asimismo se desarrolla las conclusiones según la respuesta obtenida y con respecto al problema general y específico, y las recomendaciones para las personas que requieren resolver el problema de la tesis.

Capítulo I:
Planteamiento del Problema

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

El Impuesto Selectivo al Consumo – ISC, considerado como un impuesto indirecto, afecta a diferentes productores perjudiciales para la salud, uno de estos son las bebidas alcohólicas, el cual es dañino para la salud si su consumo es en exceso, motivo por el cual este impuesto existe, con el objetivo de moderar su consumo en la población, sin embargo, no siempre cumple su finalidad. Una de las medidas que la mayoría de los gobiernos aplica en todo el mundo es el de crear un impuesto que grave a estos productos nocivos para la salud, y a su vez tener un beneficio en la recaudación tributaria, siendo el objetivo principal la reducción de su consumo. Por esta razón este impuesto tiene un impacto en todas las empresas de bebidas alcohólicas del mundo, y en Perú no es la excepción. Luego de esta teoría, podríamos concluir en que siempre que se aplique este impuesto en algún Estado obtendríamos el mismo objetivo, pero el resultado varía dependiendo el país.

En un análisis en los países de Europa, donde el nivel del consumo de alcohol es alto y las regulaciones no son tan estrictas como en los países latinoamericanos; países en cuales existen medidas políticas y tributarias realizadas para la reducción del consumo de bebidas alcohólicas. Caso puntual es el de Alemania, país en donde la población que tiene acceso a las bebidas alcohólicas es mucho mayor, ya que incluye a la población mayor de 14 años; con restricciones al grado de alcohol, Alemania tomo la medida tributaria el cual se basa en el aumento del impuesto que grava a las bebidas alcohólicas, una estrategia indirecta a las ventas de vistas alcohólicas propuesto por el Estado alemán. Aunque el consumo de bebidas alcohólicas ha disminuido, aún sigue siendo el producto con mayor consumo en el país. Un caso diferente es el de Escocia, primer país en el mundo en fijar el precio mínimo a las bebidas alcohólicas, según el grado de alcohol, una decisión diferente a la de los demás países apartando el aspecto tributario, convirtiéndose en un caso

muy criticado en el país y alentando inconscientemente el mercado negro de bebidas alcohólicas. Caso interesante fue la situación de Finlandia, país que tenía unas de las medidas con mayores restricciones para el consumo de bebidas alcohólicas en el mundo desde 1969. A partir del 2004, año donde Estonia se incorpora a la Unión Europea eliminando los aranceles en las exportaciones de bebidas alcohólicas en el país. Finlandia con el objetivo de disminuir el comercio redujo el impuesto a las bebidas alcohólicas hasta la tercera parte, como consecuencia de esta medida se obtuvo un aumento progresivo de consumo de las bebidas alcohólicas, sin embargo, los fallecimientos por enfermedades hepáticas también se elevaron. La OMS recomienda a los países elevar los impuestos a las bebidas alcohólicas, y así poder evitar problemas de salud y las enfermedades que conllevan.

En el Perú, la imposición que lleva las ventas de las bebidas alcohólicas se remonta al periodo colonial en el cual llevo el nombre de “mojonazgo”, cobro municipal que realizaban los cabildos en los mercados y que tenía un impacto en la venta de vino y de aguardiente. A lo largo del tiempo el impuesto evolucionó a lo que hoy se denomina el Impuesto Selectivo al Consumo – ISC, actualmente en Perú, la finalidad recaudatoria pasa a un segundo plano y que antes bien, el impuesto busca modificar la conducta de los consumidores.

Para el estado, el ISC tiene como objetivo principal reducir el consumo de productos dañinos directamente para la salud, las bebidas alcohólicas y los cigarrillos como también indirectamente, el combustible. Aunque el resultado que ha tenido la aplicación de este impuesto nunca ha sido el mismo. Mientras su objetivo secundario, la recaudación para el Estado, se ha ido incrementando a través de los años en el Perú, sin embargo, en al año 2018 se realizaron modificaciones de las tasas de ISC y con respecto a las bebidas alcohólicas, esta variación de las tasas del ISC variaran según el grado de alcohol, con esta medida se espera una

disminución en su consumo, a pesar de que las bebidas alcohólicas se clasifiquen como un bien en gran medida inelástico.

La carga tributaria que soporta las empresas de bebidas alcohólicas en el país es uno de los factores que nos indican si la variación del ISC afecta en la economía de estas empresas y la influencia que tienen en las utilidades que generan es directa, con esta definición la carga tributaria afecta al margen neto de las empresas, y lo podemos ver reflejado en las ventas que generan en un periodo en donde el ISC está incluido ya en el precio impactando directamente a los consumidores. El accesible precio de las bebidas alcohólicas impacta en gran medida a la cantidad de alcohol que una persona consume y la frecuencia con la que lo realiza. A su vez, la asequibilidad se ve determinada por los precios de las bebidas alcohólicas en relación con otros productos, la tasa de inflación y los ingresos de los consumidores.

La trayectoria del ISC en el Perú, ha mantenido un impacto en las finanzas y la planificación financiera de las empresas involucradas en la producción de los productos a los que afecta, ya que les impulsa a aumentar los precios de los productos que corresponden, según las empresas de bebidas alcohólicas el aumento del impuesto tendría mayor repercusión en los productos alcohólicos de menor valor. La rentabilidad de estas empresas al final de un periodo podría verse afectada por alguna variación que muestre el ISC.

En los últimos años existen un incremento en la recaudación del ISC en el Perú, este aumento se mostrará soportado por el consumidor final, ya que tomará la decisión de seguir adquiriendo estos productos o variar a otro bien sustituto. Sin embargo, existe otra opción que puede elegir el consumidor final, el cual es la de empresas informales.

Las empresas se ven en la obligación de realizar proyecciones en su vida de negocio, esto incurre en evaluar cualquier modificación en el ISC, lo que significa

tomar medidas si se presenta alguna variación que pueda impactar en sus ventas, y tener disponibles medidas que puedan reducir el impacto como una mayor publicidad, reducir los precios, o fidelizar a los clientes.

Aspecto temático

La presente investigación analizó la relación entre las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo con el nivel de rentabilidad.

Aspecto geográfico

La presente investigación se realizó en Lima Metropolitana

Aspecto temporal

La presente investigación se realizó en el año 2018.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

- ¿De qué manera las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿De qué manera la carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?
- ¿De qué manera el nivel de tasa repercute en el nivel de rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?

- ¿De qué manera los ingresos tributarios afectan en el nivel de rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?
- ¿De qué manera la capacidad contributiva influye en el nivel de rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

- Determinar si las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar si la carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.
- Determinar si el nivel de tasas repercute la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.
- Determinar si los ingresos tributarios afectan en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.
- Determinar si la capacidad contributiva influye en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

1.4 Justificación de la Investigación

1.4.1 Importancia

La importancia del presente trabajo es conocer el impacto de la modificación del ISC que realizó el estado en la gestión de las empresas de bebidas alcohólicas de Lima Metropolitana, periodo 2018, es necesario mencionar que para el Estado, el ISC en todos sus aspectos es una importante fuente de recursos en el Perú a lo que se concluye que previa a todas las variaciones que realice, debe analizar a futuro las consecuencias que se puedan manifestar, ya que se consideró diversos aspectos para este análisis, en primer lugar la del consumidor el cual es el que lleva la carga del gasto al final y el que decide si continúa adquiriendo el producto afecto a este impuesto, y en segundo lugar a la empresas fabricantes de bebidas alcohólicas los cuales se ven perjudicados en las ventas de los producto afectos a este impuesto, dicha empresas tienen que considerar un cambio en su gestión para reducir el impacto de cualquier medida tributaria que opte realizar el estado con respecto al ISC.

1.4.2 Viabilidad de la Investigación

El presente trabajo de investigación contiene toda la información necesaria para el análisis correspondiente, y los medios necesarios para su ejecución y demostración.

1.4.3 Limitaciones

No se encontraron dificultades ni adversidades para la presente investigación y desarrollo.

Capítulo II:
Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Con respecto al tema de investigación, se encontró relación con los siguientes trabajos, al contener el desarrollo de las variables, y nos sirvió como base para un mayor análisis, los presentes trabajos fueron realizados a nivel nacional e internacional.

2.1.1 Tasa del Impuesto Selectivo al Consumo

La tasa del Impuesto Selectivo al Consumo se define como el porcentaje que se aplicará a los diferentes productos que se vean afectados por el este impuesto, el cual tiene como objetivo principal, reducir el consumo de bienes que puedan perjudicar la salud del consumidor o deteriorar el medioambiente.

Autor: Quispetito Villadeza, Frank Daniel. Título profesional de Maestría en Ciencias Contables y Financieras con Mención en Tributación.

Título: “Impuesto Selectivo al Consumo y su incidencia en la recaudación fiscal a través de las empresas de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana 2017 – 2018.” - 2019

Universidad: Universidad de San Martín de Porres.

Conclusiones:

- a) El incremento del impuesto selectivo al consumo de bebidas alcohólicas, no es suficiente porque la recaudación fiscal esperada no cumple con los estándares establecidos por el Ministerio de Economía y Finanzas, ya que existe un mercado ilegal de estos productos que causan una industria informal y pérdidas millonarias.
- b) La carga tributaria del impuesto selectivo al consumo tiene un efecto en la industria y el bolsillo de miles de familias, de tal manera que los ingresos tributarios sufren un cambio razonable respecto a esta reforma tributaria.

- c) El incremento del nivel de tasa del impuesto selectivo al consumo sobre determinados bienes comercializados tiene una mayor incidencia en la nocividad en las obligaciones tributarias.
- d) La capacidad contributiva de la adquisición de bienes suntuosos impuesta a los consumidores finales, no va acorde con los ingresos tributarios con respecto al impuesto selectivo al consumo, es por eso que debe haber un control y fiscalización con estos bienes.

Autor: Lapa Camargo, Rafael Marcos. Título profesional de Maestría en Gestión Público.

Título: “Análisis de impuestos en régimen de importación para el consumo en la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria, Lima 2018” - 2019

Universidad: Universidad Cesar Vallejo

Conclusiones:

- a) En función a los resultados del objetivo general, el mismo que consiste en describir los impuestos en el régimen de Importación para el Consumo de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT. Perú, 2018.
- b) Se concluye que la recaudación se debe principalmente a los impuestos AD-Valorem, Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Promoción Municipal.
En función a los resultados del objetivo específico 1, el mismo que consiste en describir el impuesto AD-Valorem en el régimen de Importación para el Consumo de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT. Perú, 2018.

Se concluye que las tasas más usadas para el cálculo del AD-Valorem en el régimen de Importación para el Consumo son las dadas por normatividad vigente

de 0%, 6%, también existe tasas intermedias pero que son usadas en menor proporción, lo que quiere decir que los beneficios tributarios por tratados internacionales están siendo usado muy poco por los importadores.

Se concluye que las bases imponibles del AD-Valorem en el régimen de Importación para el Consumo se incrementan en el mes de agosto, lo que quiere decir que las importaciones como valor de las mercancías tienen su pico en agosto.

Se concluye que los montos de impuestos AD-Valorem pagados en el régimen de Importación para el Consumo se incrementan en el mes de agosto, que es el mes donde más se recaudó, ya que se importó mercancía en gran volumen más que los otros meses del año.

- c) En función a los resultados del objetivo específico 2, el mismo que consiste en describir el Impuesto General a las Ventas en el régimen de Importación para el Consumo de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT. Perú, 2018.

Se concluye que las tasas más usadas para el cálculo del IGV en el régimen de Importación para el Consumo son la dada por normatividad vigente de 16%, también existe tasas menores pero que son usadas en menor proporción, están tasas menores se deben a pagos anticipados del impuesto u exoneraciones.

Se concluye que las bases imponibles del IGV en el régimen de Importación para el Consumo, el valor o costo (CIF) más el monto de AD-Valorem de las mercancías, tienen su pico en agosto.

Se concluye que los montos de impuestos IGV pagados en el régimen de Importación para el Consumo se incrementan en el mes de agosto, que es el mes donde más se recaudó, ya que se importó mercancía en gran volumen más que los otros meses del año.

- d) En función a los resultados del objetivo específico 3, el mismo que consiste en describir el Impuesto a la Promoción Municipal en el régimen de Importación para el Consumo de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT. Perú, 2018.

Se concluye que las tasas más usadas para el cálculo del IPM en el régimen de Importación para el Consumo es la dada por normatividad vigente de 2%, también existe tasas menores pero que son usadas en menor proporción, están tasas menores se deben a pagos anticipados del impuesto u exoneraciones.

Se concluye que las bases imponibles del IPM más usadas en el régimen de Importación para el Consumo tienen su pico en agosto. Se concluye que los montos de impuestos IPM pagados en el régimen de Importación para el Consumo se incrementan en el mes de agosto, que es el mes donde más se recaudó, ya que se importó mercancía en gran volumen más que los otros meses del año.

- e) En función a los resultados del objetivo específico 4, el mismo que consiste en describir el Impuesto Selectivo al Consumo en el régimen de Importación para el Consumo de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT. Perú, 2018.

Se concluye que los montos de impuestos ISC pagados en el régimen de Importación para el Consumo son 0%, lo cual quiere decir que casi todas las mercancías importadas están inafectas de este impuesto, entonces las mercancías como el tabaco, cigarros, gaseosas, etc. Deben estar siendo importadas por otras vías como la marítima o terrestre.

Entonces se debe focalizar los esfuerzos en acciones de control para poder determinar si las mercancías están siendo indebidamente clasificadas para no pagar el ISC o si peor aún están entrando bajo modalidad de contrabando.

Autor: Hernández Serrano, José Luis, Castellano Ricardo. Título de Magister en Gobierno y Políticas Públicas.

Título: “Análisis de Cuatro propuestas y presentación de una nueva para la modificación del Régimen Impositivo a los licores en Colombia” – 2016.

Universidad: Universidad Externado de Colombia.

Conclusiones:

A pesar de la fuerte evidencia que se ha presentado sobre la necesidad de reformar el actual régimen de licores en Colombia ante el incumplimiento de los acuerdos internacionales suscritos por el país, hasta la fecha ninguna iniciativa ha tenido una fuerte acogida. Esto se debe, en gran parte, a la alta sensibilidad que el tema tiene para las finanzas departamentales y por el poco trabajo que, hasta la fecha, se ha realizado en busca de generar espacios de socialización para las iniciativas en las cuales puedan participar conjuntamente todos los actores relacionados con el sector.

Las cuatro propuestas analizadas nos permiten observar cómo la teoría de Búsqueda de rentas está tras cada una de ellas, de tal forma que la estructura impositiva parece ser diseñada de forma exclusiva según los intereses de uno u otro actor.

La elección de la propuesta a ser aprobada debe estar determinada por condicionamientos basados en la elección racional, donde se busque la maximización de la utilidad, en este caso de las rentas, y se dé cumplimiento a los compromisos, siempre con los menores costos posibles, es decir, el menor posible impacto a las finanzas departamentales y a las licoreras nacionales.

La necesidad de modificar el actual régimen se puede entender bajo el postulado de política como intercambio: en este caso la firma de los acuerdos internacionales

nos permite abrir nuestra economía a otros países teniendo en cuenta, como contrapartida, que debemos modificar nuestra legislación para dar el mismo tratamiento a los productos importados.

De los cuatro proyectos analizados, se puede decir que solo el Proyecto de Ley 152 de 2015, presentado por el Gobierno fue riguroso en su intento por explicar los alcances económicos de la iniciativa y, a la vez mostró ser el proyecto más equilibrado en su expectativa de lograr ser aprobado.

El desmonte del actual régimen de gradación alcoholimétrica diferencial tiene una buena alternativa de ser reformado sin generar fuertes impactos en las finanzas territoriales y, a su vez, cumplir con los compromisos internacionales mediante la implementación de un nuevo esquema basado en un componente específico, igual para todos los licores, y un componente ad valorem, que hace que el impuesto sea progresivo sobre los licores de mayor valor.

El actual esquema de monopolio rentístico de licores debe tener reformas de fondo que permitan, no solo a los productos importados sino también los nacionales, competir en condiciones más equitativas dentro del territorio nacional. Es necesario regular por Ley el funcionamiento de los monopolios rentísticos de licores, de tal forma que las condiciones de mercado permitan generar estabilidad para los productores e importadores.

Cualquier modificación que se genere al actual esquema impositivo a los licores puede generar impactos económicos profundos a las finanzas territoriales, dado que el recaudo por impuesto al consumo de licores representa en muchos casos más de la mitad del recaudo total que generan los departamentos.

Además de que el Proyecto de Ley 152 de 2015 derivó, en su modelación económica, un impacto positivo para las finanzas territoriales, tiene la ventaja de

haber sido presentado por el Gobierno Nacional, lo que a priori le garantizaría mayorías en el Congreso para ser aprobado.

Un rasgo característico y esencial de este Proyecto es su equilibrio entre la parte económica y la normativa; sin embargo, es necesario que se haga una discusión rigurosa entre los actores para garantizar no solo su apoyo en el Congreso sino en los demás escenarios de producción, importación, comercialización y venta de licores en el país.

El desarrollo de las propuestas generadas por el modelo mostró que existen distintos escenarios sin explorar y que sería importante tener una discusión, no solo desde el aspecto político sino también en el ámbito económico, con lo cual se podría construir una propuesta modificatoria que fuera más ajustada a las realidades de los diversos actores implicados.

Autor: Erazo Costa, Freddy Wladimir. Título de Maestría en Tributación.

Título: “Análisis de la Inaplicabilidad del Precio de Venta al Público sugerido como mecanismo para la determinación de la base imponible del Impuesto a los Consumos Especiales” - 2011

Universidad: Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador.

- a) La conclusión general que salta a la vista de este estudio es que la Ley de Régimen Tributario Interno, pese a las últimas reformas de las cuales ha sido objeto, contiene un error anacrónico en cuanto al Impuesto a los Consumos Especiales, ya que plantea que el tributo se liquide en función de un precio de venta, hecho que guarda lógica con un esquema de fijación de precios, que como se analizó no está vigente en el Ecuador, al menos no para la totalidad de productos.
- b) El ICE de acuerdo a la legislación local es un impuesto monofásico de primera etapa, motivo por el cual, dada la diferencia temporal entre el

nacimiento de la obligación tributaria y el consumo del producto como tal, mal podría solicitarse que se liquide dicho tributo en función del precio de venta (aspecto posterior), puesto que es imposible conocer el futuro.

- c) La pretensión de que se liquide el ICE mediante un precio de venta al público atenta contra aspectos lógicos y principios fundamentales de la tributación. Se atenta contra la certeza ya que cuando se presenta el hecho generador no se conoce el precio en el que se venderá un producto. Se afecta la lógica jurídica por cuanto se pretende que el sujeto pasivo reliquide un impuesto que es parte del costo una vez vendido el producto.
- d) El uso del precio de venta al público sugerido destroza el principio de igualdad, puesto que permite que dos sujetos con la misma situación fáctica establezcan impuestos diferentes, fomentando la discrecionalidad poniendo de lado la certeza y afectando a la seguridad jurídica.

2.1.2 Nivel de Rentabilidad

El nivel de rentabilidad hace referencia a la medición que se realiza a una empresa para determinar la capacidad que tiene de generar utilidades, con esta definición, podemos determinar que se requiere una planificación y gestión de sus ingresos y sus gastos en un periodo.

Autor: Callirgos Torres, Milagritos Maruja. Título para optar el grado académico de Maestra en Contabilidad y Finanzas con Mención en Dirección Financiera

Título: “La tercerización de ambulancias equipadas y sus efectos en la rentabilidad operativa de las empresas pre hospitalarias de Lima Metropolitana 2015-2016” – 2019.

Universidad: Universidad de San Martín de Porres.

Conclusiones

- a) La utilización de las estrategias ayuda a que la calidad de servicios brindados por las empresas de tercerización tenga una relación directa con el planeamiento operativo por las empresas pre hospitalarias permitiendo el mejoramiento en la rentabilidad y fidelización de los clientes.
- b) El costo de servicio de tercerización permite el mejoramiento en la rentabilidad incidiendo en las decisiones operativas en las empresas pre hospitalarias.
- c) Las normas de calidad inciden en el riesgo operativo en las empresas pre hospitalarias debido a los estándares exigidos a dichas empresas en tanto las empresas de tercerización deben registrarse y adaptarse a las normas establecidas para mantenerse en el mercado y la obtención de una rentabilidad operativa positiva.
- d) La creación de valor influye en el costo de capital de las empresas pre hospitalarias debido a que la tercerización de ambulancias equipadas es un financiamiento con proveedores.

Autor: Yegres, David. Título Maestría en Administración en empresas mención Finanzas.

Título: “La rentabilidad del sector comercio al por menor (Supermercados) en la toma de decisiones estratégicas.

Universidad: Universidad de Carabobo - Venezuela

Con relación al primer objetivo específico, luego de determinar cuáles son los factores que inciden en la rentabilidad de los supermercados y cómo éstos han afectado la evolución de dicho indicador, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

De seguir prolongándose las mismas condiciones macroeconómicas que afectan a las empresas actualmente, tal y como lo pronostican algunos informes económicos cuyos resultados fueron expuestos en el planteamiento del problema, no cabe duda de que la situación financiera de los supermercados seguirá agravándose.

En el caso de la inflación, sus mayores efectos se manifiestan en la descapitalización del inventario, el alza de los costos operativos, la disminución en la utilidad real, entre muchos otros.

Si estos efectos continúan acentuándose, el sector de los supermercados, al igual que el resto de los sectores económicos del país, seguirá traspasando el aumento de los costos a los consumidores mediante el incremento de los precios de sus productos. Lo que a su vez acelerará el ritmo de la escalada inflacionaria.

Dicho incremento de precios, lejos de mejorar la situación financiera del sector, tendrá sus repercusiones en la caída de las ventas. Esto se debe a que el incremento de la inflación deteriorará el poder adquisitivo de los consumidores ocasionando una contracción de la demanda.

Y si al constante incremento de los costos operativos, se le agrega una prolongada caída en las ventas, se tiene como consecuencia un estrechamiento del margen de utilidad, y por ende, la pérdida de la rentabilidad para los supermercados, que si se sigue prolongando podría derivar en pérdidas.

Autor: Arrunategui Aguirre, Juan Antonio. Título de Magister en Contabilidad con mención en Contabilidad de Gestión.

Título: “El problema de liquidez y rentabilidad con un enfoque social en la gestión de la Sociedad de Beneficencia Pública del Callao Perú 2012-2014” - 2017

Universidad: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Conclusiones

- a) Los datos e información obtenidos como producto de la investigación permitieron establecer que el nivel de razón corriente influye en el cumplimiento de metas y objetivos de la gestión financiera de la Sociedad de Beneficencia Pública del Callao, en el proceso de cumplimiento de sus metas y objetivos.
- b) Los datos puestos a prueba nos permitieron establecer que el nivel de capital de trabajo influye positivamente en la eficiencia y eficacia de la gestión administrativa de la Beneficencia Pública del Callao, considerando que permitirá contar con los recursos necesarios e indispensables para el cumplimiento de presupuesto anual.
- c) Los datos e información obtenida permitieron precisar a través de la prueba de hipótesis respectiva, que los gastos de administración influyen en el nivel de competitividad en la gestión de la Sociedad de Beneficencia Pública del Callao.
- d) El análisis de los datos e información obtenida permitieron establecer que el nivel del margen neto de utilidad influye positivamente, en la optimización de los recursos administrativos en la Beneficencia Pública del Callao, de tal manera que permitirá contar con los recursos suficientes para el cumplimiento de sus metas y objetivos.
- e) En conclusión, se ha determinado que los problemas de liquidez y rentabilidad con un enfoque social influyen en la gestión administrativa de la Beneficencia Pública del Callao – Perú 2012-2014, por cuanto si no se cuenta con los recursos económicos y financieros, será imposible que la SBPC cumpla con sus planes previstos en cada periodo presupuestal.

Autor: Rodriguez Primo, Uverlan. Título de Doctorado en Ciencias Económicas.

Título: “Factores determinantes de la rentabilidad de los bancos en los países del Mercosur. Un enfoque contable.

Universidad: Universidad Nacional de Córdoba – Argentina

Conclusiones

Los resultados de los estudios realizados permiten concluir que, a partir de los datos de la contabilidad, es posible estimar los determinantes de la rentabilidad de las entidades bancarias. Esto ocurre tanto cuando los determinantes son factores internos, capaces de ser gestionados por la administración de la institución, como cuando son factores externos, que afectan las instituciones de una forma general y, sobre los cuales, una institución sola tiene poca o ninguna gestión.

El estudio econométrico indicó que la rentabilidad de los bancos del Mercosur se determina con significación estadística por el nivel de actividad bancaria, el nivel de concentración bancaria del país, las tasas de interés de captación de fondos y de las inversiones, la carga tributaria, el nivel de capitalización de los bancos y los requisitos mínimos de reservas del Banco Central: lo que contesta de forma satisfactoria la pregunta general del estudio planteada en la sección 1.2.

A partir de estos resultados y de las relaciones existentes entre las variables dependientes e independientes del modelo, se puede inferir que la rentabilidad de los bancos del Mercosur tiende a crecer cuando hay un mayor nivel de actividad bancaria y menor carga tributaria y requisitos de reservas por parte del Banco Central. A su vez, los bancos más rentables del bloque tienden a ser los más capitalizados (rentabilidad medida por el ROA) y pueden practicar las tasas de financiamiento más bajas y obtener las tasas de inversión más altas.

Al comparar los resultados obtenidos en las estimaciones en que se utiliza el ROE y el ROA como variables dependientes representativas de la rentabilidad, se observa que hay algunas diferencias, especialmente en las sub-muestras segregadas por control y nacionalidad del capital y por país. Sin embargo, no hay ninguna conclusión en cuanto a cuál de los dos indicadores proporciona los mejores resultados, ya que el ROA ha sido explicado por una mayor cantidad de variables para algunas sub-muestras y el ROE, para otras.

2.2 Bases Teóricas:

2.2.1 Tasas del Impuesto Selectivo al Consumo

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta la definición y conclusiones de diferentes autores con el propósito de un mejor análisis con diversos puntos de vistas en otras investigaciones.

Según Ruiz de Castilla (2017), menciona que, “El IGV se encuentra acompañado de un impuesto a los consumos específicos, llamado Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), que se aplica básicamente a la venta de combustibles, bebidas, cigarrillos y vehículos que realizan los fabricantes o importadores.”

Como nos mencionó el autor incluye al ISC como un impuesto indirecto para la población el cual solo afecta a productos los cuales no son necesarios para el consumo diario y por su parte están considerados como productos de lujo o dañinos para la salud, en varios casos los productos afectados se encuentran en el rango de los más consumidos en el país y como consecuencia obtenemos problemas que son complicados de subsanar para el medio ambiente como para el mismo poblador, y como un objetivo secundario ayuda a la recaudación del país.

Según Armando J. y Ávila J., (2017), menciona que, “No solo obedece a la legislación tributaria. También influyen en ella las normas no tributarias (el régimen laboral, por ejemplo), la administración de impuestos y el cumplimiento de los contribuyentes, así como el nivel, la composición y la distribución de la actividad económica y el ingreso.”

Según el autor, la carga tributaria se refiere a la imposición que tiene el sujeto pasivo en un estado influenciado por la legislación tributaria por la que esta creado el cual nos indica el propósito de impuesto, el cual implica una gran importancia ya que gracias a su origen se puede reconocer cuando existe una evasión tributaria, también se ve influenciado por las normas no tributarias, que en algunos casos se encuentran alteradas según el rango de la norma. En menor medida en cómo se encuentra administrados y como se ve influenciado con el pago de los impuestos.

Según Bernal G. (2018), menciona que; “A partir de las recientes modificaciones en mayo del 2018 al Decreto Supremo N° 055-99-EF, el cual aprobó el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo ("TUO"), enfocadas a actualizar las tasas y bienes gravados con el Impuesto Selectivo al Consumo ("ISC") en el Perú, se generó un debate en torno a si el ISC, como impuesto interno indirecto, se encuentra bajo el alcance de los principios y obligaciones generales suscritos por nuestro país en materia de comercio internacional.

La discusión se centraba básicamente en que las materias tributarias, intrínsecas a la soberanía del Estado, no están ni deberían estar bajo los alcances de los principios de comercio internacional, salvo los principios de no discriminación.”

Como nos indica el autor, el ISC es un impuesto indirecto propio del estado que sirve tanto como un regulador de consumo y a su vez como recaudador, sin embargo, esta herramienta tributaria con las ultima modificaciones legales que

realizo el estado también se ubica dentro de la potestad del comercio internacional del Perú, originando una controversia entre los analistas tributarios.

Según Bardalez S. y Espinoza J. (2020), menciona que “El Gobierno Central en el Perú cuenta con distintos de impuestos directos e indirectos que gravan hechos imponible empresariales y cuya recaudación forman parte de los ingresos tributarios, tenemos:

Impuesto a la Renta (IR)

Impuesto General a las Ventas (IGV)

Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)

Impuesto a la importación (aranceles)

Cabe precisar que la recaudación del impuesto a la renta empresarial y del impuesto general a las ventas con indispensables para el cálculo de la presión tributaria. El impuesto que grava cada una de las ganancias que obtienen las empresas que forman parte de la economía del Perú es la renta empresarial. Un sistema tributario equilibrado debe tener como un indicador de su gestión, una recaudación sostenida en el impuesto a la renta como el impuesto directo por excelencia y depender menos de impuestos indirectos como el IGV, el selectivo al consumo (ISC), entre otros. Mientras menor sea la evasión de los impuestos y la informalidad de la economía, la presión tributaria será mayor, tal como se observa en los países cuyas economías son industrializadas.”

Como nos menciona el autor, para que un país tenga un mayor ingreso debe depender más de su impuesto directo, en este caso el impuesto a la renta empresarial y no tanto del Impuesto General a las Ventas y el Impuesto Selectivo al Consumo, y se puede entender esta lógica ya que al tratarse de un impuesto directo grava directamente a la riqueza de las empresas que invierten en el Perú,

lo que lleva a la conclusión de inspeccionar con mayor esfuerzo ese sector de la tributación.

Según Mares C. (2012) menciona que “Los impuestos tienen una finalidad recaudatoria, aunque cabe también que persigan otros fines extrafiscales.

Esto es lo que ocurre teóricamente con el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). Éste es un gravamen específico sobre ciertos bienes que se entienden perjudiciales (tabaco, alcohol) y cuyo consumo se busca reducir. Es cuestionable si realmente se cumple tal finalidad. No es muy creíble que alguien deje de fumar un cigarro o de tomar una cerveza porque haya un impuesto que encarece su precio.”

Como nos indica el autor, aunque la mayoría de los impuestos tengan un objetivo recaudador, el Impuesto Selectivo al Consumo tiene un función más restrictiva en el Sistema Tributario peruano ya que su objetivo principal es la de disminuir el consumo de bienes perjudiciales para la salud, mientras como objetivo secundario el de recaudar por ese consumo, sin embargo el Impuesto Selectivo al Consumo no parece realizar su función principal ya que es complicado entender que el consumo se reduzca solo por la inclusión de un impuesto para estos productos.

Según Cáceres F. (2014), menciona que, “De otro lado, también se ha anunciado que se dejará de aplicar la famosa Norma XVI que permitía sancionar la elusión, como si el Estado pudiera distinguir la legítima planificación tributaria de la intencionalidad de no pagar impuestos.

Estas medidas van en buen camino, pero el esfuerzo por disminuir la carga tributaria no solo debe ir por reducir tasas o fiscalizar con criterios más objetivos, sino también por simplificar radicalmente el proceso necesario para tributar. Solo simplificando el sistema, manteniéndolo simple, se podrá lograr que el costo de cumplir estas normas no sea una razón de peso para no pagar impuestos. “

Como nos explica el autor, en el estado se toman medidas necesarias con respecto a la carga tributaria, en este caso particular se enfocan en la Norma XVI el cual es una norma anti elusiva, la dificultad para esta decisión es el criterio que se aplicará para distinguir la intencionalidad de una elusión tributaria, esta acción tiene como objetivo disminuir la carga tributaria a largo plazo e incentivar la inversión de las empresas.

Según Gómez J., (2017), menciona que, “En América Latina se han observado profundas transformaciones en materia tributaria en los últimos 25 años. En la gran mayoría de los países, el nivel de la carga tributaria experimentó un fuerte crecimiento en relación con el PIB, sobre todo a partir de 2003, aunque con marcadas diferencias entre los distintos casos. También se produjeron cambios estructurales significativos, como la consolidación del impuesto sobre el valor agregado (IVA) y la reciente mejora de la participación de los impuestos directos, más allá de las características específicas de cada sistema tributario en particular.”

Como nos indica el autor, la carga tributaria está directamente ligado con el crecimiento de PIB de cada país, y que en América Latina estos valores han sufrido un incremento en los últimos años, por lo que se concluye que la carga tributaria también se ve incrementado, como consecuencia del aumento del PBI per cápita de la población, lo que a su vez aumenta la riqueza de los pobladores, y como sugiere el autor estos sucesos inciden en los impuestos directos de cada persona por el aumento de sus riquezas, así de una manera práctica manifiesta la conexión que existe entre estos términos tributarios.

Según Barcena A. y Serra N. (2012) menciona que, “A diferencia de otros impuestos al consumo (como, por ejemplo, el impuesto a las ventas minoristas o los selectivos al consumo), el cálculo del impuesto es multifásico ya que el monto se determina en cada paso de la cadena de transacciones hasta la venta final del bien o servicio en cuestión. Este aspecto del diseño del impuesto favorece su

fiscalización al contraponer los intereses de los contribuyentes en las sucesivas transacciones, en la medida en que el incentivo de vendedores por subestimar la cantidad vendida se enfrenta con el de sobreestimar las compras de la contraparte. A pesar de esta oposición de intereses, esta característica propia de su diseño no elimina la evasión, la que llega a ser significativa en algunos países (Keen y Smith, 2007; FMI, 2011). Para contrarrestarla, los países que con mayor éxito administran este gravamen han dedicado muchos recursos al análisis del soporte documental de las transacciones (régimen de factura electrónica).

Como en cualquier impuesto, la recaudación se determina a partir de la alícuota y la base imponible. Factores de simplicidad administrativa aconsejan la aplicación de una única alícuota, mientras que las exportaciones se gravan con tasa cero. Sin embargo, preocupaciones con la regresividad del impuesto determinan que el alícuota general aplicada a la mayoría de los bienes y servicios sea complementada por una lista de bienes y servicios exentos cuyo consumo se quiere promover.”

Como nos indica el autor, la característica plurifásica del ISC ayuda a la administración tributaria a su fiscalización del cumplimiento de la obligación del pago para este impuesto ya que su revisión se puede realizar en cualquier componente de las fases del impuesto, sin embargo esta propiedad no se cumple del todo en algunos países y se obtiene como resultado un incremento en la evasión tributario con respecto a este impuesto, una opción oportuna para este dificultad en la recaudación sería la revisión de los tramites documentarios de las transacciones realizadas.

Según Quiñones G. (2002) menciona que, “El Código Tributario dedica su Título IV al Impuesto Selectivo al Consumo. Este impuesto grava la transferencia a título oneroso o a título gratuito, de algunos bienes de producción nacional a nivel de fabricante o productor, la importación de bienes gravados para uso y/o consumo definitivo y la prestación o locación de algunos servicios. Dichos bienes y servicios

gravados así, como las tasas impositivas (ad valorem), son amplia y claramente detallados en los artículos 375 y siguientes del Código Tributario.

El Código Tributario, en el literal b) del artículo 366, declara exentas de este impuesto: “Las importaciones definitivas efectuadas con franquicias en materia de derechos de importación por las instituciones del sector público, misiones diplomáticas y consulares, organismos internacionales de los que la República Dominicana forma parte, instituciones religiosas, educativas, culturales, de asistencia social y similares”.

Según como nos indica el autor, existe que en el Perú una normativa exclusiva para el ISC, en República Dominicana con sus características especiales propias del Sistema Tributario del país, las cuales son únicos para algunos productos, pero a su vez excluye productos de importación de sectores mencionados en su legislación tributaria.

Según Jaramillo M. (2013) menciona que “Los principales elementos gravables en el Perú son los ingresos, el consumo y las importaciones. Los impuestos sobre las propiedades se recaudan a nivel local y la autoridad tributaria los reporta dentro de la categoría “otros impuestos”. La mayoría de los ingresos fiscales provienen de las recaudaciones del impuesto general a las ventas (IGV) y de los impuestos a la renta. Solo un tercio de los impuestos a la renta proviene de los ingresos de personas naturales. El tercer impuesto en importancia es el impuesto selectivo al consumo (ISC), con un impuesto a los combustibles como su principal componente. La categoría “otros impuestos” incluye principalmente los aranceles y los impuestos sobre las propiedades.”

Como nos indica el autor, el ISC es una de las principales fuentes de ingresos del estado peruano, inclusive comparado con las dos mayores fuentes de ingresos del estado los cuales son el IGV y el Impuesto a la renta, cabe resaltar que analizando

el ISC, la mayor parte de este impuesto provienen de la imposición a los combustibles en el país.

Según Alva M. (2003), menciona que, “Como se aprecia la Ley y el Reglamento establecen los criterios que debe seguirse para considerar a una persona como constructor habitual y de ser el caso gravar con el Impuesto General a las Ventas la transferencia de un inmueble, efectuado por éste siempre que sea la primera.

Sin embargo, se debe señalar que los criterios utilizados por la propia Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo y su Reglamento, en cuanto a la calificación de "Habitualidad", sólo operarían respecto de personas naturales, ya que las operaciones que realicen las personas jurídicas siempre se considerarán gravadas con el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas.”

Como nos menciona el autor, existen dentro de la Ley del IGV y del ISC, una normatividad tanto incluyente como excluyente de transacciones a las cuales estos impuestos afectan, uno de estos criterios al cual hace referencia es la habitualidad, el cual es una manera de calificar a la transacción gravable, y su aplicación se verá afectada si el que lo realizara fuera una persona natural o una persona jurídica.

Según Hernández L. (1994), menciona que, “La aplicación del Impuesto Selectivo al Consumo en el caso de bebidas gaseosas y cervezas, en que se obliga al productor a establecer la base imponible en función de los precios de venta que aplicará posteriormente el minorista en sus ventas al consumidor final -los mismos que no pueden ser menores a los que referencialmente fije la SUNAT-, es clara muestra de cómo la legislación vigente ha dejado de lado los principios de la tributación - consagrados en la novísima Constitución- para obtener una mayor recaudación. Inclusive, el establecimiento por la SUNAT de precios referenciales -para efectos tributarios- está en contradicción con la política liberal del Gobierno. Siendo tal

política liberal, lo que sin duda va a prevalecer en el tiempo, las medidas tributarias que comentamos sólo pueden ser temporales.”

Como nos indica el autor, particularmente el ISC que se aplica para la bebidas gaseosas o cervezas, tiene una normativa destinada a ampliar la recaudación por estos productos usando la legislación a su favor, haciendo énfasis en que no se considera los principios tributarios, ya que estos son la base de la Constitución.

Según, Werner A y Santos A (2015), menciona que, “Los impuestos selectivos al consumo se establecieron esencialmente con fines recaudatorios y gravaron los combustibles y los bienes suntuarios. Eran instrumentos fundamentales de la política tributaria y se usaban para contrarrestar la disminución de recursos públicos debido a la fluctuación de los precios de las materias primas y a los efectos de desastres naturales relacionados con el fenómeno de calentamiento oceánico conocido como El Niño. Durante la mayor parte de la década de 1980, estos impuestos fueron los más importantes en términos de recaudación y representaron, en promedio, 29% del total de ingresos tributarios.

Si bien las políticas tributarias cambiaron sustancialmente, no hubo mejoras importantes en las operaciones y la normativa de la administración tributaria. Se realizaron reiteradas reorganizaciones con el apoyo de organismos internacionales, pero los resultados nunca llegaban a alcanzar los objetivos iniciales. La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria fue creada en 1989, pero recién a principios de 1990 se llevó a cabo una reforma fundamental de la administración.”

Como nos menciona el autor, los ISC fueron creados con el objetivo de proteger al medio ambiente, en ese entonces los productos con mayor contaminación a nivel nacional eran los combustibles y los bienes suntuarios, productos que hasta el día de hoy destruyen el medio ambiente, y previniendo el fenómeno natural más

conocido y con mayor probabilidad que ocurra, el cual es el fenómeno del aunque se creó este impuesto, los productos no variaron sus ventas de dichos productos, mientras que el principal objetivo paso a segundo plano, convirtiéndose en uno de los impuestos con mayor recaudación a nivel nacional, aunque existe esa tendencia en los años posteriores no se realizó ningún cambio a su normativa.

Según Jorrat M. (2012) menciona que, “Los impuestos selectivos al consumo de tabaco y bebidas alcohólicas forman parte de la estructura tributaria de la gran mayoría de los países. Estos tributos se clasifican dentro de los denominados impuestos pigouvianos, cuyo objetivo es corregir las externalidades negativas que causa el consumo de los productos gravados. Desde el punto de vista económico, tienen la virtud de no causar pérdidas de eficiencia, como sí ocurre con los impuestos a la renta y al consumo. Adicionalmente, la demanda de estos productos es bastante inelástica, por lo que la recaudación no se ve afectada significativamente con los ciclos económicos. Por lo mismo, existe consenso entre los expertos en la conveniencia de aumentar su importancia relativa en las estructuras tributarias, e ir reduciendo a la par la participación de los tributos que producen distorsiones.

No obstante, lo anterior, para que estos impuestos desempeñen el rol que se les asigna en la teoría, es fundamental que exista un adecuado control, que minimice el incumplimiento tributario, que se da a través del contrabando, la sub-declaración de la producción u otras figuras de evasión. Para ello, contar con estimaciones de evasión es fundamental.”

Como nos menciona el autor, el ISC, en específico a los productos gravables por este impuesto como son el tabaco y las bebidas alcohólicas, son definidos como impuesto pigouvianos, los cuales son aquellos impuestos que son creados con la finalidad de reducir sus efectos negativos que producen, otra característica que tiene estos impuestos es que los productos de los que se analizan tiene una

característica inelástica, así que la variación del precio por la inclusión del impuesto no afectara la demanda de estos, cualidades que hacen al ISC como una estrategia muy importante, sin embargo esta estrategia no cumpliría su objetivo si existen un gran porcentaje de incumplimiento con esta norma tributaria, con respecto a estos productos.

Por otro lado, Quipukamayoc (2019) señala que, “Como corolario, en nuestro sistema tributario existe una lista taxativa de bienes y/o servicios gravados, regulada en el artículo 50º de la Ley del IGV/ISC; que en resumen se subdividen en:

- ✓ Combustibles
- ✓ Bebidas azucaradas
- ✓ Vehículos
- ✓ Cigarros
- ✓ Juegos de Azar y apuestas
- ✓ Bebidas alcohólicas

Según el autor existen incluido en nuestro régimen tributario la clasificación del producto a los cuales afectara el ISC y donde se muestra el porcentaje de la tasa afecta, como se aprecia la mayoría de los productos son los más consumidos en el país y también los más perjudiciales para la salud, sin embargo en otras opiniones esto puede ser contraproducente ya que puede incentivar a la informalidad de los productos anteriores, los productores se verían afectados y también la recaudación tributaria en el país, y también mencionar que el objetivo principal del ISC que es de disminuir el impacto en la salud de los consumidores no se cumpliría.

Según la OCDE (2019), menciona que, “Los principales contribuyentes al aumento de los ingresos tributarios en la región de ALC fueron los impuestos al valor agregado (IVA) y los impuestos sobre los ingresos y ganancias. Los ingresos por IVA como porcentaje del PIB en los países de ALC aumentaron 3.7 puntos porcentuales entre 1990 y 2017, tendiendo al nivel promedio de la OCDE (6.0% y 6.8% del PIB, respectivamente, en 2016). Desde 1990, nueve de los 25 países (especialmente los países del Caribe) introdujeron un IVA y se realizaron esfuerzos adicionales en la mayoría de los países para mejorar la movilización del ingreso del IVA (a través de un aumento de las tasas de IVA, la expansión de la base imponible y el fortalecimiento del sistema de recaudo). Los ingresos por impuestos sobre la renta y las ganancias aumentaron un 2.8% del PIB en el mismo período, principalmente debido al auge de los precios de los productos básicos.”

Como nos indica el autor, en la región de América Latina y el Caribe el los impuestos con mayor recaudación era el los Impuestos al Valor Agregado IVA y el Impuesto a la sobre los ingresos y ganancias, sin embargo, como una medida para la mejora de su recaudación, en algunos países de la región se tomaron medidas para el aumento del nivel de las tasas del IVA, esto debía tener como resultado una mayor recaudación con respecto al IVA.

Según, Lahura E. Castillo G. (2018), menciona que, “En el Perú, los cambios en las tasas de impuestos han sido aplicados con diversos propósitos, como por ejemplo fomentar la inversión y el crecimiento de largo plazo, reactivar la economía en el corto plazo, entre otros motivos. Recientemente, el gobierno peruano estableció la reducción progresiva del impuesto a la renta empresarial desde 30 % hasta 28 % para los años 2015 y 2016, con el objetivo de reactivar la economía. Sin embargo, en el año 2017 se revirtió esta medida y la tasa del impuesto a la renta para las empresas aumentó de 28 % a 29,5 %”

Como menciona el autor, las tasas de los impuestos tienen un objetivo, el cual es muy dependiente de si aumenta o disminuye la tasa de impuesto lo que significara un cambio en la inversión en el país en los próximos años como una de sus consecuencias, esto sirve al estado como un regulador de la inversión privada y el crecimiento económico del país, a su vez él también puede ser influenciados por factores externos o internos.

A si mismo Villanueva (2014) indica, "(...) en la imposición selectiva se busca incrementar el precio relativo de los productos a fin de desalentar en los consumidores el consumo de determinados bienes y servicios."

Como nos indica el autor, el objetivo del ISC es la reducción del consumo de estos productos con el aumento del precio, por el motivo de ser productos perjudiciales para la salud, el medio ambiente o por ser productos de lujo, con esta acción restringe su consumo solo para la personas con capacidad adquisitiva alta, sin embargo esto podría traer problemas en la economía del país, porque subiendo el precio de alguno productos que están incluidos en el consumo básico de algunas familias, traería como consecuencia el aumento en la inflación.

Según Lalama R. y Bravo A. (2017) menciona que, "Básicamente difieren del clásico libre mercado, porque se da una mayor intervención del Estado como ente regulador y empresario, agigantando su tamaño. En el caso de Ecuador, las normas se hicieron cada vez más restrictivas, provocando la reacción de las diferentes Cámaras de la Producción, quienes alegaban que el Estado estaba compitiendo con ellos en algunas áreas, estrangulando al sector privado con la carga tributaria, rigidez laboral, falta de tratados de libre comercio y otros factores que castigaban la iniciativa empresarial. De hecho, fue palpable la reducción de la iniciativa privada como generadora de empleo al bajar de 92.4% en el 2007 a 90.3% en diciembre del 2015 a nivel nacional. Mientras tanto, todo lo contrario, sucedía en el sector público que aumentó su participación del 7.6% al 9.7% en el mismo período (INEC, 2016).

La situación se agravó a fines del 2014, cuando el país inicia una etapa de desaceleración económica, debido principalmente a los precios del petróleo en el mercado internacional, mermando paulatinamente su precio que bordeaba los \$100 dólares por barril hasta menos de \$30, poniendo en peligro la estabilidad financiera del Ecuador.”

Como nos indica el autor, las leyes impositivas que promulga el estado puede tener consecuencia tanto positivas como negativas para el sector privado, como es el caso de Ecuador, que en un periodo la legislación aumento la carga tributaria para el sector privado, mientras que el sector público tenía algunos beneficios, así demuestra que la carga tributaria puede influir en la gestión y crecimiento de cualquier empresa privada en un país.

Según Blume C., Medrano H., Sevillano S. y Revilla A. (2004) mencionan que, “Ahora bien, referirnos a la eficiencia de un sistema tributario podría consistir en analizar su capacidad de generar recursos al Estado, y ése es sólo uno de los elementos a valorar en un sistema impositivo. Siendo así, podemos caer en el error de no implementar modificaciones tributarias razonables y técnicas en pos de asegurar una recaudación y, a la inversa, de aplaudir los impuestos con rendimiento suficiente, aunque sean antitécnicos y creen distorsiones económicas.

Por eso creo que lo adecuado es orientarnos hacia una reforma tributaria racional, bien pensada, en la que el criterio fundacional sea el de una adecuada repartición de la carga tributaria que repose en una amplia base de contribuyentes.”

Como nos menciona el autor, un buen sistema tributario se puede medir por su efectividad, si este sistema tiene como resultado ingresos para el estado, tiene un buen rendimiento, sin embargo, es un análisis general, si se realizara un análisis específico podríamos examinar algunos impuestos del sistema que repercuten en la

economía de un país, y el cual no se realiza alguna modificación solo porque cumple la función de generar ingreso al país

Según Valle M. (2013) menciona que, "Considerando todas las fuentes de ingreso tributario y no tributario, los sectores minero, petrolero y gasífero representan un ingreso neto de S/. 19 767 millones para el Estado (US\$7.176 millones o 4% del PIB) después de devoluciones. Si se considera el PIB proveniente del sector minero, se puede construir un indicador de la presión fiscal que afronta el sector. Esta parece haber seguido la misma tendencia que el índice del precio de exportaciones (60% mineras), lo cual pone en evidencia los escasos esfuerzos por ampliar la base tributaria durante la década pasada. Solo recientemente el Estado parece haber comenzado a focalizar esfuerzos en fiscalizar e imponer cargas mayores sobre las rentas de la actividad. Sin embargo, el resultado es poco claro por el momento."

Como nos indica el autor, los sectores que genera gran parte de la recaudación tributaria en el Perú, son los sectores de minería, petróleo, y gasífero, motivo por el cual existe una tendencia de modificar su legislación tributaria específica para estos sectores con el fin de mejorar aún más la recaudación tributaria a favor del país, pero por el momento aún no se realiza ninguna de estas modificaciones.

Según Heninngs J. (2017) menciona que, "Para contextualizar el apremio de ingresos que viene padeciendo el recaudador de impuestos en el Perú (SUNAT), se reporta que en el periodo 2015-2016 en el que registran disminuciones de ingresos y pérdidas notorias varias corporaciones mineras, el Gobierno Central obtuvo S/ 105,731 millones de ingresos tributarios totales en el año 2016, mayor en S/. 3,793 millones al año anterior (+0.1 % del 2015), sin embargo, las devoluciones de ingresos tributarios en dicho año ascendieron a S/. 16,356 millones, lo que equivale al 15.5% de lo recaudado. Con estas cifras, se tiene que los ingresos tributarios

netos en el país habrían decrecido el año 2016 en -4.4% en comparación al año 2015, estimándose para el presente 2017 un panorama negativo similar.”

Como nos indica el autor, los ingresos tributarios del país, a pesar del sistema tributario y el aumento de recaudación por impuesto aumente, como en el año 2016, existen otros factores que influyen en la recaudación final, como es el caso de las devoluciones tributarias, que para ese año fue un monto considerable, este factor influye en una magnitud que el aumento de los ingresos tributarios antes mencionados de ese año varia.

Según Hernandez L. (1996) menciona que, “Todo sistema tributario debe apuntar a que los ciudadanos soporten las cargas tributarias en razón de sus respectivas capacidades contributivas, de forma tal que dichas cargas sean repartidas entre ellos en forma equitativa. Si a un sistema bien diseñado se le agrega una adecuada administración de tributos y una alta conciencia tributaria, a la par que un respeto irrestricto de los derechos de todo deudor tributario, el resultado será un oportuno y cabal cumplimiento de las obligaciones tributarias dentro de una presión tributaria perfectamente soportable por los individuos, entidades y empresas.”

Como nos menciona el autor, la carga tributaria y la capacidad contributiva están directamente relacionadas entre sí, a un individuo se le da la carga tributaria de la cual su capacidad contributiva pueda soportar, con esta premisa se puede realizar un efectivo sistema tributario, y como consecuencia deberíamos obtener un buen resultado, sin embargo, una situación de incumplimientos con las normas tributarias produciría que un buen sistema tributaria no cumpliera con sus objetivos.

Según Expertos Tributarios (2016), menciona que; “La carga tributaria es la relación que existe entre el impuesto sobre la renta, por ejemplo, que paga un contribuyente y el total de ingresos netos de este (ingresos brutos menos ingresos exentos y no afectos).”

Como nos indica el autor, hay una relación el cual cuantifica la carga tributaria, esta razón es calculada sobre el impuesto al cual este afecto y la renta que genera, si consideramos esta premisa cualquier sujeto que genera alguna renta, cualquiera sea su monto, este ya tendrá la obligación de realizar un pago de impuesto, el porcentaje del impuesto sobre la renta se la carga tributaria que el sujeto soportará.

Según Pachano A. (2011) menciona que, “En el novedoso y creativo estudio hecho por la Cámara de Industrias y Producción hay datos muy sugestivos. Veamos algunos: el primero y más impactante se refiere precisamente al cálculo de la relación entre los impuestos que se pagan y el valor agregado que produce cada año el país. A este vínculo se le conoce como ‘carga tributaria’. Algunos la calculan de manera restrictiva, pero hay una metodología casi estándar que al aplicarse a la realidad nacional equivale al 21,6% del PIB y no al 13% como lo afirma el Gobierno, cuya meta del 15% para algún año futuro estaría ya largamente sobrepasada. Aquí se ve y comprende el peso del aparato estatal. Por supuesto, no es liviano. Múltiples razones han engordado el gasto fiscal, entre las cuales está el aumento de 150 000 servidores públicos en los últimos tres años. Y por ello en estos días se anuncia la novena reforma fiscal.”

Como menciona el autor, el estado tiene una herramienta para poder medir la carga tributaria, el cual es la relación que existe entre el impuesto y el valor agregado, sin embargo, hay un estudio a nivel nacional para medir la relación entre estas dos variables, y con ayuda de esta herramienta podemos afirmar que la relación es mucho mayor a la meta propuesta, lo que demuestra el peso y el poder del gobierno.

Según Arias L (2011), menciona que, “No solo el nivel de los ingresos tributarios es importante, también lo es la estructura de los mismos. El análisis de la estructura tributaria revela características importantes del sistema tributario:

- a) Los impuestos a los bienes y servicios son los de mayor importancia y representan alrededor de 50% del total.
- b) El impuesto a la renta es el segundo en importancia; su participación aumentó de 21% a 36% en el período 2001-2009. Como se ha señalado, el incremento obedece al auge de los precios de los minerales.
- c) Los impuestos a la propiedad tienen poca importancia, representan menos de 5% del total.
- d) Los impuestos a las transacciones internacionales han perdido gradualmente importancia. Actualmente representan solo 1% del total.”

Como nos indica el autor, los ingresos tributarios no es lo fundamental para analizar el sistema tributario, sino también la estructura de este, en el país, tiene mayor importancia el IGV, el impuesto indirecto de la cual se obtiene mayor recaudación a nivel nacional, inclusive mayor que el Impuesto a la Renta, este impuesto está en crecimiento en los últimos años, con estos datos podríamos saber que parte de la estructura del sistema tributario está realizando un buen trabajo, y cual merece una análisis a profundidad para su mejor tratamiento.

Según el Grupo Verona (2020), menciona que, “La tributación robustece la democracia y la rendición de cuentas por parte de los gobiernos, además incentiva la participación ciudadana en los procesos políticos, instando a que los ingresos tributarios se inviertan de una manera inteligente en la consecución del bien común.”

Como nos menciona el autor, el aspecto tributario es un fuerte vínculo que une a la población con la política, los ciudadanos además de tributar según los impuestos a los cuales son afectos, también anhelan saber cómo se administran los tributos y a que se están destinando.

Según Berengel L y Castañeda E (2009) menciona que, “La idea sugerida por el experimento glosado se ha encontrado reforzada por otras experiencias y constataciones. Por ejemplo, evidencias estadísticas tales como la que recogió el reporte anual de British Social Attitudes acerca de una mayoritaria disposición de los británicos para avalar un aumento de tributos que solvente un mayor gasto social, disposición que, sin embargo, decaía sustancialmente cuando se precisaba a los encuestados que el aumento de tributos implicaría no sólo el aumento de la carga tributaria que pagan los otros sino, también, de la que pagaba cada uno de los encuestados.”

Como nos indica el autor, se puede realizar análisis de carga tributaria en diferentes países, considerando también que existe otros tipos de sistema tributario, en este caso de análisis del sistema tributario británico resalta la intención de sus habitantes por el aumento de los impuestos, y como consecuencia a esta elevación también aumentaría la carga tributaria de cada habitante correspondientemente a la renta que generen, así podemos concluir que existe una relación directa.

Según Costa C (2017), menciona que, “La equidad en términos de capacidad contributiva es considerada generalmente en dos sentidos: horizontal y vertical.

El concepto “horizontal” supone que quienes están en igual situación, en términos de capacidad contributiva, deben tributar el mismo monto de impuesto. De ahí la importancia de que el impuesto sea “personal” en el sentido de tomar en cuenta la referida capacidad del contribuyente en su conjunto, para lo cual es necesario que sea “global”.

El término “vertical” significa que quienes se encuentren en diferente nivel en términos de capacidad contributiva, deben tributar importes distintos. Para ello es fundamental el uso de tasas progresivas en donde la alícuota aumenta más que proporcionalmente con el incremento de la base imponible. Ello es lo opuesto a un

impuesto regresivo en donde la fracción del ingreso que se destina para pagar el impuesto disminuye al aumentar éste. La progresividad no solo se alcanza por la estructura de la escala de tasas sino también por los mínimos no imponibles (monto mínimo de subsistencia del contribuyente.)”

Como nos menciona el autor, la capacidad contributiva de cada persona se puede explicar en sus dos características, una horizontal, hace referencia a la equidad de aquellas personas que producen ingresos similares, por los cuales sus tributos deben ser semejantes, mientras que la vertical, nos indica que los tributos a pagar por cada persona se relaciona con los ingresos que este produce, según esta explicación la condición vertical va en contra de la definición de un sistema impositivo regresivo.

Según Aliaga J. y Oropeza A. (2015) menciona que, “La carga tributaria se refiere al peso de los impuestos que son soportados por las personas naturales o jurídicas. Cuando esta carga es elevada, existe la tendencia a no pagar impuesto.

De ello se desprende que, a medida que se aumenta la alícuota impositiva, se va reduciendo la cantidad de dinero que las personas están dispuestas a tributar. Adicionalmente, otro factor que influye en el cumplimiento es el comportamiento natural de las personas hacia el riesgo. Allingham y Sandmo (1972) mencionan que la probabilidad de inspección, la tasa de penalización y el nivel impositivo de un impuesto son determinantes al momento de decidir evadir un impuesto, y esto está sujeto al grado de aversión al riesgo del individuo. El costo de oportunidad del tributo realizado se refiere al mejor uso que le podríamos dar al dinero que el contribuyente utiliza si no pagara el impuesto. La decisión de pagar impuestos del contribuyente puede ser afectada por otros factores, como su ingreso o el grado de fiscalización por parte de la administración pública.”

Como nos indica el autor, la definición de la carga tributaria es el peso que soporta el sujeto por el pago de sus impuestos, y existen factores externos al sistema tributario el cual el aumento de los impuestos no significa mayor ingreso para el estado, esto es causado por la inclinación que tiene el sujeto de incumplir con el pago del impuesto, realizando una infracción como la evasión tributaria, y uno de los criterios que tienen mayor influencia al tomar esta decisión es el costo de oportunidad al que puede destinar el efectivo en lugar de cumplir con el pago del impuesto.

Según Alberto A. (2011) menciona que, “La recaudación no es baja porque las tasas lo sean. Por el contrario, estas son superiores en todos los casos a los promedios de América Latina y el mundo.

En particular, la tasa del IVA es la cuarta más elevada de América Latina, y es solo inferior a la de Brasil, Argentina y Uruguay, cuyas tasas son 20%, 21% y 22%, respectivamente.”

Como nos menciona el autor, no siempre hay una relación entre la recaudación y el nivel de la tasa de los impuestos, en el país el impuesto es relativamente elevado con el cual deberíamos tener como resultado un gran monto de recaudación, sin embargo, la recaudación no siempre llega a lo planeado, esto debido a factores externos a la recaudación tributaria.

Según Araujo K. (2013) menciona que, “La complejidad de las normas, las altas tasas de impuestos, la exagerada cantidad de beneficios tributarios direccionados hacia sectores o grupos específicos, la presencia de impuestos antitécnicos, la concentración de la carga tributaria en unos pocos formales y la existencia de un código tributario frondoso y complejo, desalientan el cumplimiento de la obligación tributaria. Quizá por ello es que los empresarios peruanos desapruaban la política tributaria actual (86.3%) y que el 60.6% de ellos no confía en la SUNAT.”

Como nos menciona el autor, el sistema tributario del país tiene un nivel de complejidad relativamente alto para su entendimiento global lo que permitiría tener algunos favoritismos tributarios de algunos sectores, lo que no haría una recaudación justa, así como estas opiniones pueden surgir otras diferentes como consecuencia de no tener un completo conocimiento del sistema tributario, lo que resulta en una disconformidad de la mayoría de la población.

Según Mostajo, R (2003), menciona que, “En el ámbito de la equidad vertical, mientras mayor sea la capacidad contributiva de una persona, mayores deben ser los impuestos que pague como proporción de esa capacidad. Cuando esto no ocurre:

- Contamos con un sistema regresivo que perjudica principalmente a los más pobres
- Un impuesto a la renta demasiado progresivo con tasas marginales excesivamente alta promueve válvulas de escape (evasión, elusión o franquicias legales). Esto conduce a tasas efectivas menores que las teóricas, como también a efectos nocivos en la asignación de recursos porque desincentiva el trabajo y el ahorro.”

Como nos indica el autor, en la capacidad contributiva existe una relación directa entre los ingresos que produce una persona y el pago de impuesto de la persona al estado, si esto no ocurriera así el sistema tributario tendría una tendencia regresiva, y como resultado tendríamos un pago de impuestos con características contrarias a las que tenemos en la actualidad, y afectaría con una mayor imposición a las personas que generen menos ingresos.

Según Novoa G. (2008), menciona que, “El principio de la capacidad contributiva nace de la necesidad de contribuir al gasto público y del principio de la igualdad de las cargas públicas. Es deber de todo ciudadano el contribuir en la medida de sus

posibilidades al financiamiento de los gastos en que incurre el Estado, ya que éste necesita de esos recursos para satisfacer las necesidades públicas, lo cual es su razón de ser primordial y principal motivo de existencia.”

Como nos indica el autor, la carga tributaria se crea por la necesidad de recibir ingresos, el estado de los ciudadanos. Estos ingresos permitirán realizar obras públicas para toda la población, como consecuencia de construir un país atractivo para la población como para la inversión privada, el que a su vez tiene la posibilidad de ingresar a nuestro país para realizar actividades económicas que fortalezcan al país.

Según Bravo J. (2005) menciona que, “La capacidad contributiva se exterioriza en el mundo fenoménico a través de manifestaciones o si se quiere de índices reveladores de riqueza, los cuales pueden ser de tres tipos: (i) la renta; (ii) el consumo; o, (iii) el patrimonio, que desde óptica distinta pueden visualizarse como renta obtenida o generada, renta consumida y renta acumulada. Como bien lo apunta Menéndez, de las referidas manifestaciones de riqueza, la doctrina considera mayoritariamente, que el índice más significativo es la renta, y en menor medida el patrimonio y el consumo. Así, en virtud del principio de capacidad contributiva, un impuesto no debe incidir sobre un evento o circunstancia que no sea una manifestación de riqueza, siendo el principio una medida de cada contribución individual al sostenimiento del gasto público.”

Como nos menciona el autor, en una población, las manifestaciones de riqueza se pueden clasificar según su origen, de renta, de consumo o de patrimonio, y según el principio de la capacidad contributiva los impuestos deben afectar solo a los que originen riquezas dentro del territorio, y cumpliendo un objetivo el cual es contribución a la recaudación tributaria.

Según Cortez R. (2002) menciona que, “Si bien los resultados en el ámbito macroeconómico fueron favorables entre 1993 y 1997, los programas sociales no tuvieron suerte similar y muchos comenzaron a ser cuestionados en cuanto a su efectividad y capacidad de llegar a los más pobres. En la actualidad, la desigualdad en el ingreso, las condiciones de la salud, el estado de la nutrición y la mortalidad infantil es todavía elevada en comparación con otros países de la región. Más aún, el estancamiento económico que se presenta desde 1997 a pesar del ligero crecimiento experimentado a partir del 2002 no ha permitido recuperar los niveles de ingresos tributarios del Estado por lo cual se ha visto postergado la expansión de la cobertura de los programas sociales. En este contexto se requiere un esfuerzo importante de reingeniería institucional del gasto social para mantener los beneficios a la población que requiere de dichas transferencias: es decir, hacer lo mismo, pero con menos recursos.”

Como nos indica el autor, los ingresos tributarios y el crecimiento económico de los últimos años en el país, no refleja en su mayoría el crecimiento en el sector de la población que depende directamente de los recursos del estado destinados a ellos con un objetivo de ayudar el crecimiento de este sector, y esto no es consecuencia de la recaudación tributaria de estos periodos, por el contrario, se consideraría una reestructuración de los programas sociales para mejorar su efectividad.

Según Macroconsult (2015), menciona que, “La tributación es fruto del contrato social implícito donde el Estado impone una carga sobre los agentes económicos para financiar sus funciones. Esta carga afecta la toma de decisiones de los agentes privados y puede influenciar la distribución de los ingresos. Un buen sistema tributario debe reducir al mínimo las distorsiones que genera y, por lo menos, no debe empeorar la distribución de los ingresos.

El sistema tributario peruano ha evolucionado a un nivel de complejidad que resulta difícil a los ciudadanos y firmas cumplir con sus obligaciones. A pesar de ello,

desde 2006, los ingresos tributarios del Gobierno han mostrado un fuerte crecimiento, casi triplicándose para 2014. Uno de los rubros de mayor aporte a la mencionada expansión fue la renta minera, debido al boom de los precios internacionales de los metales en dicho periodo.”

Como nos menciona el autor, el sistema tributario peruano actual, explicado de un modo básico, es el acuerdo entre el estado y los agentes económicos que laboran dentro de él, y tiene como finalidad generar ingresos al estado, como lo nos informa el autor el actual sistema tributario peruano cumplió su finalidad aumentando su ingreso a lo largo de los últimos años y con énfasis en la actividad minera el cual fue el sector que genero mayor ingreso para el estado peruano.

Según Alva (2019) precisa, “El Impuesto Selectivo al Consumo constituye un tributo que es utilizado por el Estado, como una especie de regulador de conductas de los operadores y de la población. Prueba de ello es que desde el año 2018 se ha establecido tasas más altas en relación a productos que generan problemas con la salud, como es el azúcar, el tabaco, los combustibles más contaminantes o los vehículos usados, entre otros bienes.”

Según el autor, el estado usa el ISC para controlar a la población en su consumo de los productos que pueden ser perjudiciales, cabe resaltar que menciona que en el año 2018 se realizó una modificación en los productos que afectan a la salud de la población y el medio ambiente, ya que mostraba un alto consumo de estos productos y la población tenía la capacidad económica para adquirirlos, no hay duda que si se realizan algunas modificaciones con respecto a la tasa del ISC, estas vendrán con aumento de las fiscalizaciones y control de contrabando.

Según Velásquez A. (2010), menciona que, “De esta manera, mientras que los ingresos tributarios provienen de la capacidad contributiva de los sujetos pasivos del impuesto; los ingresos financieros son el resultado de un conjunto de factores tales como el desarrollo del crédito, la explotación de bienes y servicios públicos, el

manejo de la política monetaria y el establecimiento de una política de nacionalizaciones –o, al contrario, de privatizaciones–, entre otras.”

Como indica el autor, hay una diferencia entre los ingresos tributarios y los ingresos financieros, el cual se basa en lo siguiente, de donde proviene cada una, expresa que los ingresos tributarios viene de las personas, que viven en una nación gobernada por un sistema tributario, el cual aplica una carga tributaria a todos los pobladores y estos están obligados a pagarlos para el financiamientos del estado, mientras que los ingresos financieros vienen de las inversiones realizadas y se aplican específicamente a las actividades económicas que cada uno realiza.

2.2.2 Nivel de Rentabilidad

Según Hoz Suarez B., Ferre M., Hoz Suarez A. (2018) indican que, “La rentabilidad representa uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir, además, como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.”

Según nos indica el autor, la rentabilidad forma parte de una medición del rendimiento según lo invertido en la empresa, esta relación tiene que estar vinculada a ingresos por ventas, sus inmuebles, sus cuentas por cobrar, según esta definición se puede clasificar a la rentabilidad en diversos aspectos como económico, financiero, patrimonial entre otros, cada una de ellas están vinculadas a una parte de la estructura financiera de la empresa, y la otra parte el cual es el responsable de su crecimiento o descenso y un tiempo determinado.

Según Noriega H., (2003), mencionó que, “ofrece una imagen de cuán bien está cubriendo la institución sus costos de fondos y gastos operativos con sus ganancias en concepto de sus activos.”

Según el autor, nos indica que el margen neto es un medidor de una empresa en la que se refleja cómo esta controla costos y sus gastos operativos, ya que relaciona las ventas o los ingresos brutos de la empresa con su utilidad neta antes de los impuestos, se puede explicar el margen neto como la relación de sus ventas y su beneficio final antes de impuestos, ya que podemos observar en cómo influye el costo y los gastos en sus ingresos sin importar que sus ingresos aumenten o disminuyan en un periodo en el que se está analizando.

Según Dávila J. (2010) menciona que, "Usualmente damos por hecho que "a los proveedores hay que pagarles de contado", que "a los clientes hay que pagarles lo más tarde que se pueda" y que "los clientes me pagan cuando puedan o quieran", sin evaluar el impacto que estas prácticas pueden llegar a tener en la rentabilidad de la empresa y, en especial, en el flujo de caja de la misma.

Un claro ejemplo es el cambio que actualmente se está presentando en el negocio de los productores de aceite de palma con la entrada de la producción de biodiesel.

Al cambiar de producto también han cambiado los clientes y cada uno de ellos viene con sus condiciones de pago. Anteriormente se vendía el aceite crudo a la industria de refinación de aceites a 45 días, mientras que hoy estos productores están recaudando sus ventas de 8 a 10 días.

Esto significa que cuentan con dinero en caja de más de un mes de ventas, en comparación con el escenario anterior. Así, estos días extras les permiten invertir recursos a corto plazo que les generan intereses o pagar anticipadamente consiguiendo descuentos con proveedores. En ambos casos, está mejorando la rentabilidad. En el caso de los productos de consumo masivo sucede algo similar: la inversión necesaria en capital de trabajo cambia de acuerdo con el canal utilizado para llegar al cliente final. Es claro que no es lo mismo venderles a las grandes superficies que a las tiendas de barrio."

Como nos indica el autor, la rentabilidad de una empresa se ve afectada por la liquidez que obtiene y esto principalmente se establece de los pago y cobros que se realiza a los proveedores y clientes de la empresa, entonces, cada variación de los periodos de pagos y de cobros afectan también a la rentabilidad de la empresa, por ello se debe considerar que no es suficiente solo con disminuir estos periodos si no también saber cómo invertir la liquidez que se obtendría.

Según Moyer C., Kretlow J., McGuian M., (1981) menciona que, “en la política general de capital de trabajo se consideran tanto el nivel de inversión como el de financiamiento y que en la práctica se debe determinar el impacto conjunto de esas decisiones en su rentabilidad y riesgo. En su análisis Moyer expone que las políticas de capital de trabajo, dado su efecto en los rendimientos futuros esperados y el riesgo asociado con estos, tienen un importante impacto en la riqueza de los accionistas, señala también que la rentabilidad se mide de acuerdo con la tasa de rendimiento sobre activos totales (EBIT/activos totales).”

Según mencionan los autores, la rentabilidad dentro de la toma de decisiones en el ámbito financiero de una empresa, es un factor muy importante que influye en ese ámbito, dando su repercusión se ve reflejada en los resultados que los accionistas evalúan en los próximos años y se considera que tiene gran influencia en las proyecciones a largo plazo de la empresa.

Según Cabrera R. Amero A. (2006) menciona que, “ ante el hecho de que todo está interconectado de manera causal en la organización, y que casi nada sucede sin tener un impacto positivo o negativo en la liquidez y la rentabilidad del negocio, el gestionar de manera integral estos procesos se ha convertido en uno de los principales retos para los Directores de Finanzas, pues en la mayoría de los casos estos procesos fluyen de manera aislada y asincrónica.”

Como nos menciona el autor, la mayoría de las operaciones que se realizan en alguna organización, tiene un gran impacto en la liquidez y la rentabilidad, lo que es de importancia para los encargados de regular estas operaciones controlar y anticipar en como afectara esas operaciones en la rentabilidad y liquidez de la organización.

Según Pucheta M. y Sanchez P. (2013) menciona que, “Cabe señalar que el crecimiento de las ventas, el ratio de liquidez y la productividad del empleado no afectan a la rentabilidad económica. Por otra parte, se ha realizado el mismo análisis excluyendo de la muestra a las seis entidades financieras pertenecientes al ibex-35, con el propósito de conocer si dichas entidades podrían sesgar los resultados obtenidos. La evidencia revela que la presencia de las mujeres en los Consejos de Administración, tras haber excluido de la muestra a las entidades financieras, no influye en la rentabilidad económica, lo que pone de manifiesto que este tipo de entidades no sesgan los resultados.”

Como nos mencionan los autores, la rentabilidad económica en un índice de todas las empresas, sin embargo este índice no se altera si las ventas, el ratio de liquidez y la productividad lo hacen, esta conclusión refleja que la rentabilidad económica de la empresas reflejan solo como trabajan los activos en la empresa, por ello se evalúa nuevamente esta confirmación sin contar con las empresas financieras, las cuales por su actividad económica no reflejan tanto la eficacia de los activos, sin embargo los resultado sin estas entidades son las mismas.

Según Ochoa A. y Gomez E. (2016) menciona que, “Margen Neto de Excedentes: Corresponde a la relación entre el excedente neto y los ingresos operacionales. Debido al resultado deficitario (pérdida) en todos los tres periodos, se hizo necesario valerse del presupuesto de inversión para establecer la pertinencia de la gestión adelantada, debiéndose reestructurar la composición de las cifras que componen este indicador”

Como nos indica los autores, para poder calcular el margen neto es necesario obtener los excedentes netos de la empresa, esto quiere decir las utilidades que generan las empresas, luego de considerar los gastos y los ingresos operaciones a los cuales está dedicada la empresa, si el margen neto tiene como resultado un monto negativo es necesario respaldarse con un financiamiento de terceros.

Según Pérez J., Castro O. García B. (2009) menciona que, “La adecuada planificación del capital circulante debe conducir a una reducción de costes como los de almacenamiento (en la medida en que se reduzcan inventarios excesivos), fabricación y financieros (al hacerse menores las necesidades de financiación del capital circulante) y también a un efecto positivo sobre la rentabilidad empresarial, tanto por la citada minoración de costes como por la disminución de la inversión en elementos corrientes.

Cuando se compare el capital circulante real con el necesario será importante identificar las causas de la diferencia entre ambos, las cuales responden a tres tipos de desviaciones: en precios de los factores, en unidades físicas relativas a cada actividad y en plazos. La cuantificación de dichas desviaciones ayudará a la propuesta y aplicación de las medidas correctoras oportunas para reorientar la gestión del capital circulante.”

Como nos mencionan los autores, uno de los principales objetivos de toda empresa es tener una buena rotación de capital circulante, con el objetivo de evitar los costos que estos provocarían si no se tuviera la rotación adecuada, esto se puede lograr con una buena planificación de estos activos, las empresas deben considerar la importancia de los factores externos que pueden influir en la planificación de los activos circulantes, tener una óptima gestión de capital circulante nos da como resultado un buen manejo de los costos.

Según Aching J. (2005), menciona que, “Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada UM de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducido.”

Como nos indica el autor, la relación que se analizar para determinar la rentabilidad económica será entre las utilidades netas y las ventas, lo que nos expresa en forma numérica como nuestras ventas nos generan nuestras utilidades netas, luego de realizar disminuir todos los gastos incurridos para la generación de las utilidades en las empresas, como los gastos operativos, de ventas, financieros o tributarias que pueda existir en un periodo.

Según García O., Martínez G., Fernández G., (2018) “Mide la rentabilidad económica relacionando utilidades antes de intereses e impuestos con los activos. “

Según los autores, la rentabilidad sobre activos es la razón que nos indica como la empresa ha obtenido sus beneficios con los activos que ha requerido utilizar para su generación, las empresas tienen como ideal conseguir el máximo beneficio solo con los activos necesarios, lo que se puede concluir que utilizaría sus activos con la máxima eficiencia, ya que los activos generan pasivos para la empresa a las cuales denominan costos y todas las empresas buscan reducirlos, y también se deben incluir los activos intangibles que las empresas en la actualidad están adquiriendo con mayor frecuencia aumentando sus activos.

Según Redondo A. (2016), menciona que, “Esto quiere decir el porcentaje que los inversionistas están obteniendo por su participación dentro de la empresa, la cual funge como una medida de eficiencia para apoyar a la gerencia en la correcta utilización de los recursos con los que la empresa cuenta. Esta razón financiera, resulta útil para evaluar diferentes objetivos, tales como alguna sucursal de la misma empresa, un corporativo, una línea de producto o una inversión de tipo personal.”

Como nos indica el autor, la rentabilidad sobre los activos es un buen indicador que nos refleja nuestros activos producen utilidades a lo largo del proceso económico, este indicador apoya a la toma de decisiones de la gerencia por cada periodo que se realice un análisis de los estados financieros, y con esto optimizaríamos nuestra gestión de los activos de la empresa.

A si mismo Zamora A. (2011) indicó que, “La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades.”

Según nos indicó el autor, la rentabilidad es el resultado de lo invertido, a su vez nos mencionó la efectividad con el que se logra las utilidades, ya que el tiempo de la realización de las utilidades es importante para la toma de decisiones de la empresa, para realizar estos cálculos es necesarios que los estados financieros de la empresa se encuentren actualizados y desarrollar una análisis de las inversiones de la empresas con el objetivo de encontrar la causa del crecimiento o reducción de la entidad y tomar las decisiones acertadas.

Según Mazon E. y Sierra C. (2018) mencionan que, “A su vez si se sigue la ruta del Margen Neto de Utilidad, se observa que el mismo proviene de la relación de la Utilidad frente a los ingresos, de donde se puede desagregar la Utilidad, misma que proviene de la diferencia entre Ingresos y Egresos, a partir de lo cual se puede profundizar el análisis de manera individual en los ingresos en operacionales y no operacionales; así como los egresos operacionales y no operacionales. Por último, se puede aperturar cada uno de los ingresos y egresos para determinar cuál o cuáles de ellos son los que más han incidido en los resultados (utilidad o pérdida.)”

Como nos indica los autores, el margen neto es una buena herramienta para poder realizar un análisis a profundidad de los ingresos y egresos, debido a la obtención utilizando la utilidad y los ingresos de la empresa, podemos dividir de donde proviene sus mayores ingresos y que nos genera altos egresos, como resultado tendremos un análisis de diferentes puntos de vista.

Según Bellido B. y Schawrz M (2019), menciona que, "Para ello es necesario entender que existe un conjunto de variables que pueden ser cuantificadas y directamente extraídas de las memorias y reportes de las empresas que sustentan los activos como la rentabilidad sobre el capital (ROE), la rentabilidad sobre los activos (ROA), la capacidad de generar efectivo (EBITDA), el ratio precio-beneficio, la inversión en bienes de capital (CAPEX), el coeficiente de riesgo (BETA) y similares que surgen del análisis de la información contable, operacional, comercial y financiera con la que operan siendo esta información de carácter cuantificable, medible y reportable que configura una condición para ser considerada como variable estructurada en contraste con información más bien cualitativa, de características y atributos influenciados por el carácter y las emociones de los actores empresas y personas que se vinculan al contexto y son consideradas variables no estructuradas como el perfil del inversionista, el contexto político, la experiencia de los directivos, el grado de concentración familiar, la vulnerabilidad reputacional y similares que normalmente son excluidas del análisis tradicional."

Como nos menciona los autores, para realizar un análisis de la empresa es necesario comprender que existen diversas maneras de realizarlos, una de ellas es la rentabilidad sobre activos, sin embargo un concepto general de estos análisis es el de utilizar datos numéricos los cuales son calculables, pero en una observación con mayor profundidad también hay que considerar otros aspectos que pueden afectar a este resultado, como es el caso de los aspectos emocionales de los que

toman las decisiones de la empresa, o el modo que un director de la empresa puede tomar decisiones ante alguna situación.

Según Jara G., Sánchez S., Bucaram y R. García J. (2018), menciona que, “La Rentabilidad Sobre Activos mide la rentabilidad económica relacionando utilidades antes de intereses e impuestos con los activos. La Rentabilidad Sobre el Patrimonio mide la rentabilidad financiera de las instituciones y relaciona las utilidades netas con el patrimonio (García O., Martínez G., & Fernández G., 2018). En el caso del Ecuador Morlás (2015) sostiene que la rentabilidad de la banca se mantendrá mientras sus administradores estén alineados con las condiciones del sector, en cuanto al avance tecnológico y el apoyo al desarrollo del comercio y el crecimiento de pequeñas empresas y emprendimientos.”

Como nos indica los autores, para determinar la rentabilidad podemos tener opciones de analizarlos de diferentes formas, en el caso de la rentabilidad sobre activos, la investigación determinara la relación que existe en las utilidades con los activos que las generaron, así tener a detalle cómo es la eficacia de los activos de la empresa, como este aspecto podemos observar diferentes en todo el campo de la rentabilidad.

Según Aching C. (2006) menciona que, “Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo.

Indicadores negativos expresan la etapa de des acumulación que la empresa esto atravesando y que afectará toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los dueños, para mantener el negocio.

Los indicadores de rentabilidad son muy variados, los más importantes y que estudiamos aquí son: la rentabilidad sobre el patrimonio, rentabilidad sobre activos totales y margen neto sobre ventas.”

Como nos menciona el autor, realizar un análisis de rentabilidad es muy importante para toda empresa, ya que podemos concluir en resultado de diferentes aspectos de la empresa, pero siempre considerando su principal finalidad el cual es analizar las utilidades de la empresa porque ese el objetivo de estas, con la idea de aumentar las utilidades podemos tomar diferentes tipo de decisiones, para ello el análisis de rentabilidad nos puede dar un sustento para tomarlas, y mejorar en el aspecto económico financiero administrativo, o cualquier otro aspecto a mejorar.

Según Gironella E. (2005) menciona que “La rentabilidad económica (RE), conocida con los acrónimos ingleses ROI (return on investments o rentabilidad de las inversiones), ROA (return on assets o rentabilidad de los activos) o ROCE (return on capital employed o rentabilidad del capital utilizado), pretende calcular la rentabilidad de la actividad principal u ordinaria de la empresa.

Claro que hablar de actividad principal u ordinaria de la empresa es entendido de muy diferentes maneras, lo que da pie a que tampoco exista unanimidad entre los analistas y expertos en análisis de estados financieros en cuanto a las partidas que deben emplearse para su cálculo.

La rentabilidad económica (RE) se determina mediante la aplicación de ratios, que se expresan en porcentaje.”

Como nos indica el autor, la rentabilidad económica es una de diferentes aspectos en la que se puede analizar la rentabilidad en una empresa, siendo de todas estas

su finalidad principal estudiar la utilidad de la empresa según su actividad principal, sin embargo, las diferentes interpretaciones de esta definición resultan también los diferentes tipos de análisis de los aspectos de la rentabilidad.

Según Lorenzana D. (2014), menciona que, "Por este motivo, es necesario medir de manera precisa el rendimiento del capital empleado en una inversión. El indicador financiero más preciso para valorar la rentabilidad del capital es el Return on Equity (ROE). Este ratio mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas."

Según Polo. David (2020), menciona que, "Es una tasa de rendimiento que mide la utilidad que gana el aporte invertido por los socios en un periodo de tiempo.

Asimismo, se refiere al resultado o retorno que se obtiene por el capital contable, patrimonio o los fondos propios aportados por los dueños, socios, inversionistas o accionistas de la pyme."

Como nos indica el autor, si se realiza un estudio por rentabilidad de capital en una empresa, tendremos de resultado la utilidad que los socios obtendrán por las inversiones realizadas en la organización, por esta definición es importante este índice para los accionistas de la empresa para evaluar y tomar decisiones que puedan mejorar las utilidades y que aspecto mejorar.

Como nos menciona el autor, el ROE tiene una importancia especial al tratarse de un análisis específico para los accionistas ya que con este índice se puede conocer sus ganancias y crecimiento que tienen en la empresa según sus inversiones realizadas en esta.

Según Oriheula V. (2006) menciona que, "Con base en 10s trabajos seminales de Solow (1956), Ramsey (1928), Cass (1965) y Koopmans (1965), la teoría neoclásica argumenta que las economías pobres, caracterizadas por bajos niveles

de capital por habitante, convergerán a las economías ricas, caracterizadas por altos niveles de capital por habitante. La razón de esto es que la rentabilidad del capital es mayor en las economías pobres que en las economías ricas. Esto es porque el capital es relativamente escaso en las economías pobres y, por tanto, su productividad es relativamente alta en estas economías. Por lo que, el capital fluye de las economías ricas a las economías pobres en busca de una mayor rentabilidad, hasta que la rentabilidad en ambas economías es la misma, esto ocurre cuando las economías convergen a un mismo monto de capital por habitante. No obstante, la evidencia estadística muestra que la hipótesis de convergencia es rechazable para la mayoría de las economías de mercado. Por lo que, existe una contradicción entre lo que la teoría postula y lo que la evidencia empírica muestra.”

Como nos indica el autor, la rentabilidad de capital es factor importante para un estudio económico de diferentes países con lo cual nos permite concluir que los países de economías pobres y los países con economías ricas en algún momento tendrá la misma economía y esto se comprende ya que la rentabilidad de capital de los países con economía pobre tiene mayor fluidez de capital ya que su productividad es cada vez más alta hasta llegar al mismo nivel de los países con economía rica, con esto podemos ver la importancia de la rentabilidad de capital no solo en el interior de las empresas si no como un factor para un estudio mayor en diferentes países y elegir con mayor seguridad un país en el cual poder invertir de manera segura.

Según Ross S., Westfield R., Jaffe J. (2009), menciona que, “El rendimiento sobre capital (ROE, por las siglas de return on equity) es una herramienta que sirve para medir como les fue a los accionistas durante el año. Debido a que la meta es beneficiar a los accionistas, el ROE es, en un cierto sentido contable, la verdadera medida del desempeño en términos del renglón de utilidades.”

Como nos indica el autor, la rentabilidad sobre capital es uno de los indicadores más importantes para los accionista, por el cual se puede saber la las ganancias que han obtenido con su inversión en una determinada empresa, con este indicador ayudar al accionista para tomar la decisión de seguir aportando en la empresa o disminuir su aporte, sin embargo existen otros indicadores que ayuden y fortalezcan la decisión de los accionista y que apoyen a la interpretación de la rentabilidad sobre capital obtenida.

Según la Universidad Alas Peruanas (2019), menciona que, “El margen neto de una empresa representa la ganancia total obtenida luego de los descuentos de gastos, impuestos y demás gastos operativos.”

Como nos menciona la Universidad, si definimos al margen neto de una empresa, nos da como resultado a la utilidad obtenida de la empresa, sin considerar si estos ingresos provienen de su actividad económica o de otras operaciones, separándola de sus gastos a los cuales la empresa incurrió.

Según Moreno M. (2019), menciona que, “Para saber si una empresa es rentable al invertir, podemos tener en cuenta un indicador llamado margen neto.

Al adquirir acciones estamos comprando parte de una empresa y por lo tanto su negocio, por lo que en el rendimiento de la inversión está relacionado con el devenir de dicha compañía.

Calcular el margen neto nos ayuda a saber si el negocio es rentable y ver cómo evoluciona con el paso del tiempo. Además, nos permite hacer comparativos con empresas del sector. Para obtener el margen neto hay que dividir la utilidad neta entre las ventas y multiplicarlo por cien.”

Como nos indica el autor, el índice del margen neto no solo es importante para los accionistas y directores que toman decisiones en la empresa, si no también para las personas que son externas a la empresa y que en algún futuro consideran comprar

acciones de la empresa, ya que las acciones son parte de una empresa con lo cual al comprarlas también se adquirirá partes de su rentabilidad. Para realizar el cálculo de este índice es necesario conocer sus ventas y la utilidad neta de un periodo a analizar.

Según la autora Sanchez A. (1994) mencionó que, “tiene por objetivo medir la eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador de la ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquellos (denominador del ratio).”

Según la autora, la rentabilidad económica tiene como finalidad medir el beneficio que genera una empresa utilizando todos sus activos tanto corrientes como no corrientes, con este análisis podemos observar la eficiencia en cómo trabaja sus activos una empresa y también la operatividad con que trabaja su activo no corriente como por ejemplo, su manejo de caja, sus rotación en sus cuentas por cobrar, como controla su mercadería en el almacén, entre otras cuentas que pueda tener, estos factores influyen de diferentes formas en la generación de las utilidades de una empresa en un determinado periodo.

Según Luis R. (1989), menciona que, “Las tasas contables de rentabilidad económica constituye un aspecto destacado en la valoración de la actividad económica, en la medida en que supone, en principio, un compendio de los resultados de ésta en términos de los recursos involucrados. Olvidándose frecuentemente de los posibles problemas planteados por disparidad entre conceptos contables y económicos, así como de los potenciales sesgos introducidos en un contexto caracterizado por tasas de inflación no desdeñables, estos ratios de rentabilidad económica de las empresas industriales han gozado de inusitada atención y popularidad durante la crisis. En un primer momento, la atención se centró en su descenso, expresión de los incrementos generalizados en

los costes, tanto intermedios como primarios, y evidencia empírica, por lo tanto, de su necesario control. A partir, 1985-1986 se sigue, de forma expectante, su recuperación, interpretada como reflejo del éxito de la política estabilizadora seguida y como garantía de un mayor dinamismo inversor a través de sus efectos sobre la inversión de capital fijo.”

Como nos menciona el autor, uno de los factores que más ha tenido importancia en el análisis económico de las empresas a lo largo del tiempo es la rentabilidad económica, sin embargo, su obtención siempre se ha visto ligeramente desviada por restricciones que en definiciones pasadas no se consideraban como importantes, como es el caso de la tasa de inflación, el cual era de importancia para la interpretación de la rentabilidad económica de una empresa.

Según Ochoa D. y García J. (2014) menciona que, “En Ecuador, el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) ha creado el Programa Nacional de Agroforestería donde se están desarrollando alternativas para el desarrollo sostenible de la ganadería en la Amazonía baja del Ecuador, en el cual se pretende promover el establecimiento de Sistemas Silvopastoriles económicamente rentables y ecológicamente sostenibles. También, la Universidad Nacional de Loja a través del Programa de Sistemas Agropecuarios Sostenibles para la Seguridad Alimentaria ha venido trabajando en la validación de Sistemas Silvopastoriles para la producción Sostenible de bovinos en la Amazonía Ecuatoriana Sur. Sin embargo, es importante conocer los tipos de Sistemas Productivos y la rentabilidad económica que cada uno de estos sistemas productivos podría generar, ello con el afán de propiciar las pautas para la inclusión de alternativas.”

Como nos indica el autor, en diferentes tipos de empresas, independientemente sea la actividad al cual dedique la rentabilidad aún mantiene la importancia dentro de un

análisis económico para tener un juicio más al específico en la toma de decisiones que se requieran.

Según Aguiar I. (1989), menciona que, “La acepción más generalizada de la rentabilidad económica es sin duda la que hace referencia a la relación entre el resultado obtenido y los activos implicados en su obtención. A pesar de que el propio concepto ya indica que la cifra de resultados y activos deben ser comparables. han surgido opiniones divergentes respecto a la forma en que debe medirse la rentabilidad económica.”

Como nos indica el autor, la rentabilidad económica es la relación económica de la utilidad obtenida y la inversión que se ha realizado, esto incluye a todo lo que tiene la empresa para generar utilidades en un periodo económico, con eso podemos medir cual es la eficiencia que tiene la empresa hasta el momento, aunque su interpretación solo del ratio nos llevaría a una incertidumbre del motivo por el cual la empresa está teniendo una gran utilidad o quizás una no tan favorable, lo cual dirige a acompañar esta razón con otros que nos refuercen el análisis.

2.3 Definición de Términos Básicos (Glosario)

Acciones: Acción denota el derecho que se tiene a pedir alguna cosa o la forma legal de ejercitar éste. En cuanto derecho, consta en las leyes substantivas (códigos civiles, de comercio, penales y demás leyes, reglamentos, etc.); en cuanto modo de ejercicio, se regula por las leyes adjetivas (códigos procesales, leyes de enjuiciamiento o partes especiales de textos substantivos también).

Cabildos: A las reuniones del ayuntamiento, a la corporación municipal, al edificio de las casas consistoriales y al salón de sesiones se les denomina cabildo, como también a la junta que ejerce la autoridad municipal. En algunos pueblos, como en ciertas partes de América, el ayuntamiento compuesto por la justicia y los regidores.

Sociedad de socorros mutuos establecida en algunos puertos entre los matriculados, y sesión que tal gremio celebra. En el orden religioso, el cabildo lo constituye el senado o consejo del obispo en las catedrales.

Carga Fiscal: Tributo o gravamen que se impone a una persona o cosa. Obligación que se contrae por razón de estado, empleo u oficio. También, la condición natural en un contrato, estipulada por las partes. Servidumbre, censo, hipoteca u otro gravamen real sobre inmuebles.

Impuesto Selectivo al Consumo: Es un impuesto indirecto que, a diferencia del IGV, solo grava determinados bienes (es un impuesto específico); una de sus finalidades es desincentivar el consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental, como, por ejemplo: las bebidas alcohólicas, cigarrillos y combustibles.

Inflación: En economía y Hacienda pública, emisión excesiva de billetes en sustitución de la moneda acuñada, muy por encima de las reservas de metales preciosos o de divisas extranjeras. Produce automáticamente la desvalorización de la moneda del país en relación con las extranjeras; provoca una prosperidad inicial pasajera y a la larga conduce a la crisis y a la depreciación de los títulos o valores públicos.

Ingreso Fiscal: Llamase así a los Ingresos que percibe el sector público, y que normalmente se consolidan en el Presupuesto nacional, con los que se hace frente a los Gastos del gobierno central y sus diferentes organismos.

Liquidez: Capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago de forma inmediata.

Margen neto: Indicador de rentabilidad que se define como la utilidad neta sobre las ventas.

Política Fiscal: Es un conjunto de acciones gubernamentales que se refieren fundamentalmente a la administración y aplicación de instrumentos discrecionales para modificar los parámetros de los ingresos, gastos y financiamiento del Sector Público del mismo modo que la política de cambios. Pretenden influenciar en la demanda, pero en este caso mediante un plan de actuación de los gastos e ingresos públicos.

Presión tributaria: Es un indicador cuantitativo que relaciona los ingresos tributarios de una economía y el Producto Bruto Interno (PBI). Permite medir la intensidad con la que un país grava a sus contribuyentes a través de tasas impositivas.

Reforma tributaria: Es un indicador cuantitativo que relaciona los ingresos tributarios de una economía y el Producto Bruto Interno (PBI). Permite medir la intensidad con la que un país grava a sus contribuyentes a través de tasas impositivas.

Sujeto Pasivo: Es aquella persona física o jurídica obligada al cumplimiento de las obligaciones tributarias, puede ser como contribuyente o como responsable.

Sistema tributario: Es la organización legal, administrativa y técnica que crea el Estado con el fin de ejercer de forma eficaz y objetiva el poder tributario.

Capítulo III:
Hipótesis y Variables

3.1 Hipótesis General

- Las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.

3.2 Hipótesis Específicas

- a. La carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.
- b. El nivel de tasas repercute la rentabilidad de activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.
- c. Los ingresos tributarios afectan en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.
- d. La capacidad contributiva influye en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

3.3 Operacionalización de Variables

Variable independiente (X): Tasa del Impuesto Selectivo al Consumo

Tabla 1

Variable Independiente

Definición conceptual	Se denomina así al porcentaje que afectara al precio de los productos afectos el cual se determinó como un impuesto indirecto.	
	Indicadores	Índice
Definición operacional	X1: Carga Tributaria	1.- Base imponible
		2.- Ingresos netos
		3.- Impuesto al valor añadido
	X2: Nivel de tasas	1.- Imposición selectiva
		2.- Obligacion tributaria
		3.- Derecho públicos
	X3: Ingresos tributarios	1.- Tributos internos
		2.- Presión tributaria
		3.- Impuesto a la renta
	X4: Capacidad contributiva	1.- Carga impositiva
		2.- Sistema tributario
		3.- Aptitud económica

Variable dependiente (Y): Nivel de Rentabilidad

Tabla 2

Variable dependiente

Definición conceptual	Se denomina así a las utilidades generadas por la inversión de algún determinado recurso en una empresa en un tiempo determinado.	
	Indicadores	Índice
Definición operacional	Y1 :Margen Neto	1.- Beneficio neto
		2.- Ventas
		3.- Ingresos
	Y2: Rentabilidad sobre los activos	1.- Activos
		2.- Inversión
		3.- Administración
	Y3: Rentabilidad sobre capital	1.- Fondos propios
		2.- Financiación
		3.- Capital inmovilizado
	Y4: Rentabilidad económica	1.- Costes
		2.- Precio de venta
		3.- Planificación económica

Capítulo IV:
Metodología

4.1 Diseño Metodológico

4.1.1 Tipo de Investigación de Acuerdo a la Finalidad

Por el tipo de investigación, el presente estudio reunió las condiciones necesarias para ser denominado como una investigación aplicada, porque es un problema cotidiano en el análisis económico de las empresas del Perú.

Según Cordero Z. (2009) indica, “Entendida como la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad en general, además del bagaje de nuevos conocimientos que enriquecen la disciplina.”

4.1.2 Tipo de Investigación de Acuerdo a Nivel

La presente investigación, tuvo las características de tipo explicativo causal correlacional, por lo que se trató de explicar la relación de causa y efecto de dos variables.

Según Bernal C. (2010) mencionó, “La investigación explicativa tiene como fundamento la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o al contraste de leyes o principios científicos”

4.1.3 Tipo de Investigación de Acuerdo al Diseño

La investigación se clasificó según el nivel, como tipo No experimental, porque no se alteró ninguna variable, y se observó tal como se presentan en la realidad.

Según Sampieri R (2014), indicó que, “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables”

4.1.4 Tipo de Investigación de Acuerdo al Enfoque

La presente investigación, de acuerdo al enfoque se clasificó en investigación cuantitativa, ya que sus variables son medibles.

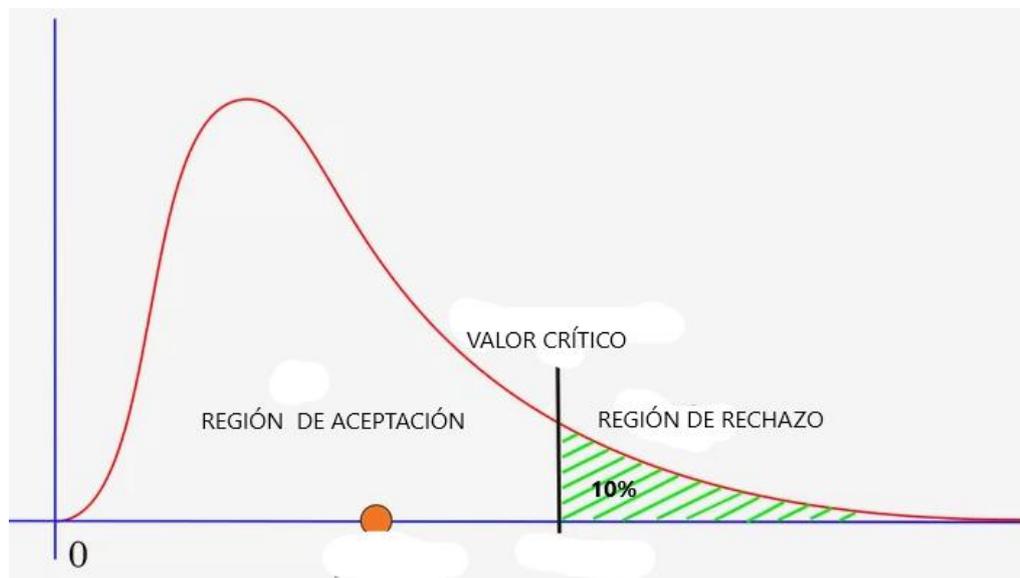
Según Bonilla E. y Rodríguez P. (1997), mencionó que, “Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales.”

4.1.5 Procedimiento de Contrastación de Hipótesis

Para realizar el contraste de las hipótesis se optó por utilizar la prueba Chi-Cuadrado, por ser la más adecuada, se realizó la comparación de la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos. Para determinar seguiremos los siguientes pasos:

Para contrastar las hipótesis se usó la prueba Chi-Cuadrado teniendo en cuenta los siguientes pasos o procedimientos:

- Formular la Hipótesis nula H_0
- Formular la Hipótesis alternante H_1
- Fijar el nivel de significación (α) para la presente investigación fue de $\alpha = 5\%$ y está asociado al valor teórico de la Tabla Chi cuadrado, que determinó el valor crítico $\chi^2(gl, \alpha)$, y se ubicó en la Tabla Chi cuadrado, el cual divide la distribución en dos zonas; de aceptación y de rechazo tal como indica la Ilustración 1.

Ilustración 1**Nivel de significación**

- Reglas de decisión

$$\text{Si } \chi^2 \text{ calculado} \geq \chi^2(gl, \alpha)$$

Entonces, se rechaza la hipótesis nula.

$$\text{Si } \chi^2 \text{ calculado} \leq \chi^2(gl, \alpha)$$

Entonces, se rechaza la hipótesis alternativa.

- El cálculo del estadístico de prueba (χ^2 calculado), se realizó de la siguiente forma:

$$\chi^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde:

o_{ij} = Valor observado o real

e_{ij} = Valor esperado

$\chi^2_{(calculado)}$ = Valor del estadístico de prueba calculado con datos de la muestra que se investiga según la fórmula indicada, y se procedió con su comparación como en el paso anterior.

$\chi^2(g.l., \alpha)$ = Valor crítico el cual obtendremos de la Tabla de Chi Cuadrado.

$g.l.$ = Grado de libertad.

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población

Para la presente investigación se consideró las 417 empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana que al periodo 2018 funcionan formalmente.

4.2.2 Muestra

Para obtener la muestra en la presente investigación se efectuó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

N = El total del universo. Empresas dedicadas al rubro de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana (417).

n = Valor de la muestra de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana las que funcionan formalmente ($n = 78$)

P = Proporción de empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana que están de acuerdo que el impuesto selectivo al consumo incide en el nivel de rentabilidad ($p = 0.5$).

q = Proporción de empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana que no están de acuerdo que el impuesto selectivo al consumo incide en el nivel de rentabilidad ($q = 0.5$).

Z = Valor de distribución normal estándar asociado a un nivel de confianza $1 - \alpha$.
Para el presente estudio se está considerando una confianza del 95%, siendo el valor de $Z=1.96$.

d = Error estándar de la estimación que en este caso es 0.1

Desarrollando obtenemos

$$n = \frac{417 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.10)^2 \times (417 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 78.2139676588$$

$$n = 78 \text{ empresas.}$$

Muestreo

El método de muestreo es el probabilístico, porque se utilizó métodos de selección estadística al azar para obtener la muestra.

El método de muestreo es aleatorio sistemático, porque se eligió al primer individuo para la muestra y luego utilizamos intervalos fijos de desplazamiento hasta completar el tamaño de muestra. Este procedimiento muestra la relación clara de la población y la muestra.

4.3 Técnicas para la Recolección de Datos

4.3.1 Descripción de los Instrumentos

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue la encuesta, el cual se realizó a los gerentes responsables de la toma de decisiones financieras.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue los cuestionarios, con las preguntas seleccionadas con relación a las variables e indicadores influyentes en el tema y con diferentes escalas de respuesta dependiendo el criterio del encuestado.

4.3.2 Procedimiento de Comprobación de Validez y Confiabilidad de los

Instrumentos

Validez

Definimos a la validez como a la exigencia de que el instrumento cumpla la función de medir con eficiencia, corresponde las preguntas del instrumento deben partir para todos los indicadores.

Según Hernández, Fernández y Baptista (1998), "la validez en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir." Para validez de contenido se utilizó el criterio de juicios de expertos, mencionados en la Tabla 3.

Tabla de validez

Calificación del instrumento de la validez por juicio de expertos

Tabla 3

Nombre de los expertos

N°	Expertos	Calificación
01	Dr. Medina Velarde, Ciro Riquelme	Aprobado
02	Dra. Rey Córdova, Gladys Nerida	Aprobado
03	Durand Saavedra, Demetrio Pedro	Aprobado

Fuente elaboración propia

Confiabilidad

Se refiere a la confiabilidad a la solidez de los instrumentos utilizados ya una vez como prueba, para el presente trabajo de investigación se realizó una prueba piloto.

Para tener la confiabilidad en el presente trabajo de investigación, se utilizó los cuestionarios como instrumentos a 10 gerentes de las empresas de la muestra como prueba piloto y con ello tener como resultado el Alfa de Cronbach, mostrado en la Tabla 4.

Según Cervantes V., (2005), "Un estadístico para estimar la confiabilidad de una prueba, o de cualquier compuesto obtenido a partir de la suma de varias mediciones."

Tabla 4**Alfa de Cronbach**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,75	10

Fuente: Prueba piloto, SPSS V24

El resultado estadístico es de 0,75 como conclusión el índice que nos brinda el alfa de Cronbach es de confiabilidad aceptable, como podemos apreciar en la Tabla 5.

Rangos de nivel de confiabilidad**Tabla 5****Nivel de Confiabilidad**

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Fuente: Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje

4.4 Técnicas Para el Procesamiento de la Información

Técnica de Estadística Descriptiva

Para la presente investigación se utilizó como técnicas lo siguientes; las tablas de distribución de frecuencias, representaciones gráficas y la interpretación.

Técnica de Estadística Inferencial

En la presente investigación se realizó el procesamiento y análisis de los datos recolectados con el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Programa estadístico que es utilizado comúnmente en las diferentes investigaciones de ciencias sociales. Además, se utilizó el modelo de correlación de Pearson con el nivel de confianza de 95%.

4.5 Aspectos Éticos

El presente trabajo de investigación se realizó bajo los principios y valores éticos decretados en las normas que regulan el desarrollo de la elaboración de tesis para las investigaciones de la Unidad de Pos Grado de la Universidad de San Martín de Porres.

Es necesario resaltar la veracidad de los datos obtenidos y la objetividad imparcial de los datos resultantes de la investigación.

Se observó los principales principios éticos del Código de Ética Profesional del Colegio de Contadores Públicos del Perú, Integridad Confidencialidad, Objetividad, Confidencialidad, Independencia y Comportamiento Profesional a los autores que han antecedido en la presente tesis.

Se respetó los códigos de ética en el desarrollo del presente trabajo de investigación, al elaborarlo con la influencia de ellos al realizar los comentarios y

exposición de los resultados y conclusiones de la investigación y en la oportunidad de interactuar con las personas incluidas en la muestra con cordialidad y respeto.

Capítulo V:
Resultados

5.1 Presentación

En este capítulo presentamos el proceso que lleva a la demostración de cumplimiento de las hipótesis de la investigación “Tasas del Impuesto Selectivo al Consumo en el Nivel de Rentabilidad, Empresas Fabricantes de Bebidas Alcohólicas en Lima Metropolitana, 2018”.

Comprende ejecutar el cumplimiento de los objetivos secundarios de la investigación:

- a. Se determinó si la carga tributaria incidió en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.
- b. Se determinó si el nivel de tasas incidió la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.
- c. Se determinó si los ingresos tributarios incidieron en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.
- d. Se determinó si la capacidad contributiva incidió en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.

5.2 Interpretación de Resultados

El trabajo de campo se llevó a cabo aplicando la técnica científica de la encuesta efectuada a la muestra obtenida de 78 colaboradores (gerentes,

administradores y contadores) de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

Como resultado de la recolección de datos, se procedió a la presentación, interpretación y análisis de las respuestas.

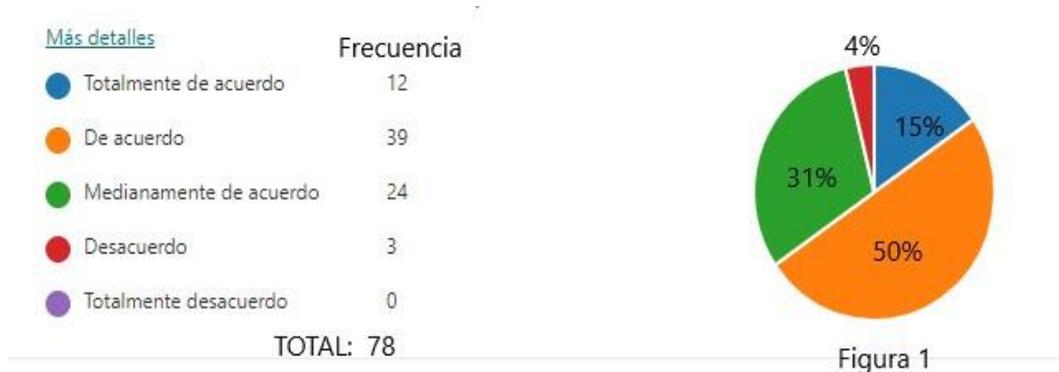
Variable Independiente (x): Tasas del Impuesto Selectivo al Consumo

5.2.1. La pregunta X11: ¿Está usted de acuerdo con la base imponible del ISC de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 2.

Ilustración 2

Base imponible de las empresas que fabrican bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 96% de los encuestados (75 empresarios) respondieron que están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la base imponible del ISC que se aplica a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas como medida de contribución de ingresos al país y

como cumplimiento a las leyes decretadas por el gobierno evitando sanciones por evasión de sus impuestos. Por otro lado, existe un pequeño grupo empresarios que representan el 4% del total de que muestran su desacuerdo con la carga tributaria que se les impone.

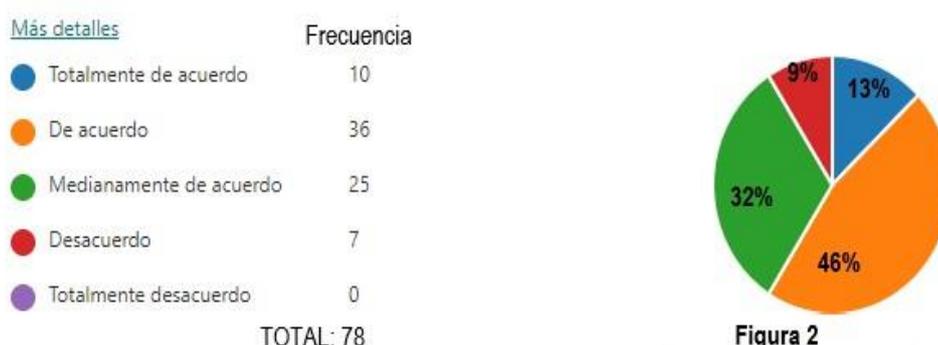
Según dentro del promedio de los encuestados de acuerdo con la base imponible del ISC según las bebidas que produzcan dentro de este contexto podemos concluir que las estrategias de ventas de las empresas son adecuadas para soportar el ISC en los ingresos que genera, así disminuir su impacto.

5.2.2. La pregunta X12: ¿Considera usted adecuado los ingresos netos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 3.

Ilustración 3

Ingresos netos de las empresas que fabrican bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 3, se encontró que el 91% (71 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) respondieron que están de acuerdo (Medianamente de

acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) que los ingresos netos las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana son adecuados. Sin embargo, se observan que 7 empresarios (9% del total) muestran su desacuerdo que los ingresos netos son adecuados.

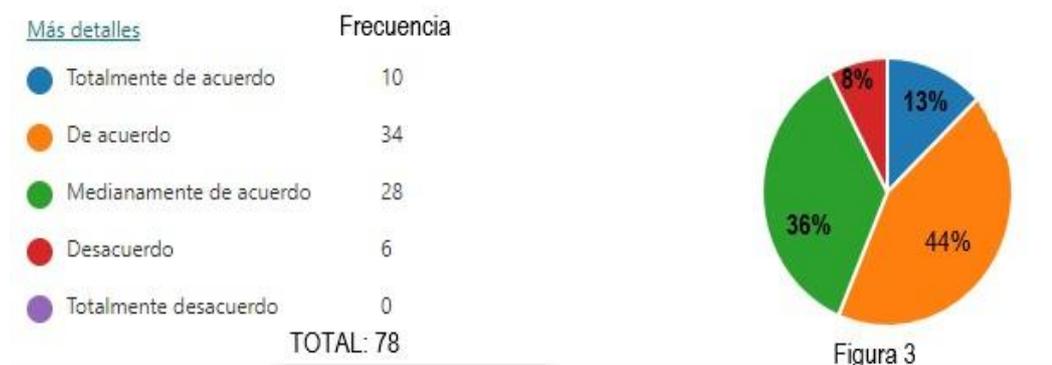
Con respecto a esta pregunta, los encuestados consideraron adecuados los ingresos netos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, tenemos que considerar que la imposición del ISC está directamente relacionada con las ventas lo que corresponde que si hay un aumento en ventas también aumentarían el ISC soportada por estas empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.

5.2.3. La pregunta X13: ¿Cree usted adecuado el impuesto al valor añadido a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 4.

Ilustración 4

Impuesto al valor añadido a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 4, se encontró que el 92% (72 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) porque consideran adecuado el impuesto al valor añadido a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Sin embargo, se observaron que 6 empresarios (el 8% del total) muestran su desacuerdo y el impuesto al valor añadido son inadecuados.

Como se puede analizar en la encuesta solo la minoría de los encuestados están desacuerdo, gran parte del porcentaje de los encuestados está en medianamente de acuerdo lo que nos lleva a tomar en cuenta que si existe algún aumento en el impuesto de valor añadido comenzará a aparecer alguna oposición en el incremento del impuesto.

5.2.4. La pregunta X21: ¿Está usted de acuerdo con la imposición selectiva a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 5.

Ilustración 5

Imposición selectiva a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.

Más detalles	Frecuencia
Totalmente de acuerdo	6
De acuerdo	33
Medianamente de acuerdo	34
Desacuerdo	5
Totalmente desacuerdo	0
TOTAL: 78	

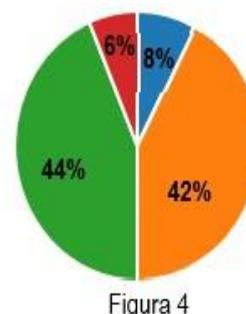


Figura 4

Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 5, se encontró que el 94% (73 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la imposición selectiva a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. A pesar de que este es un alto porcentaje de representatividad existe un grupo de 5 empresarios (0 el 6% del total) que muestran su desacuerdo y sostienen que la imposición selectiva.

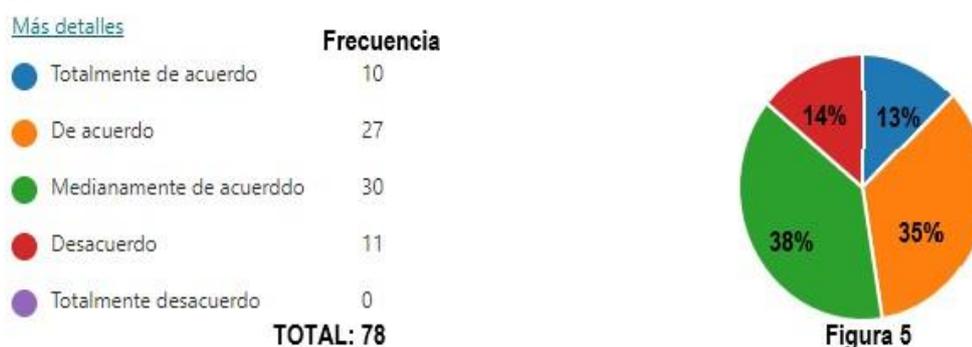
De acuerdo con los resultados están dentro del promedio que considera adecuado la imposición selectiva, considerando que es un regulador de sus ventas se encuentra dentro del marco normativo tributario para un sector donde todas las empresas tienen la misma imposición por igual.

5.2.5. La pregunta X22: ¿Se encuentra usted de acuerdo con la obligación tributaria de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 6.

Ilustración 6

Obligación tributaria de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 6, se encontró que el 86% (67 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la obligación tributaria que se les impone a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas. Este porcentaje de aceptación es notoriamente menor a los porcentajes mostrados por los indicadores de esta variable independiente. Se ratifica al observar que existen 11 empresarios (el 14% del total) que muestran su desacuerdo con la obligación tributaria que se aplica a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.

Con respecto a los resultados, la mayoría de los encuestados acepta las obligaciones tributarias según su rubro, para estas empresas es fundamental adaptarse a las obligaciones tributarias para mantener su respectivo negocio cumpliendo las normas legales tributarias, esto significa elaborar una planificación tributaria adecuada.

5.2.6. La pregunta X23: ¿Considera usted adecuado el derecho público en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 7.

Ilustración 7

El derecho público en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo concerniente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 7, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con el derecho público en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Este porcentaje de aceptación es notoriamente alto en comparación con el 1% (un empresario) de empresarios que están en desacuerdo.

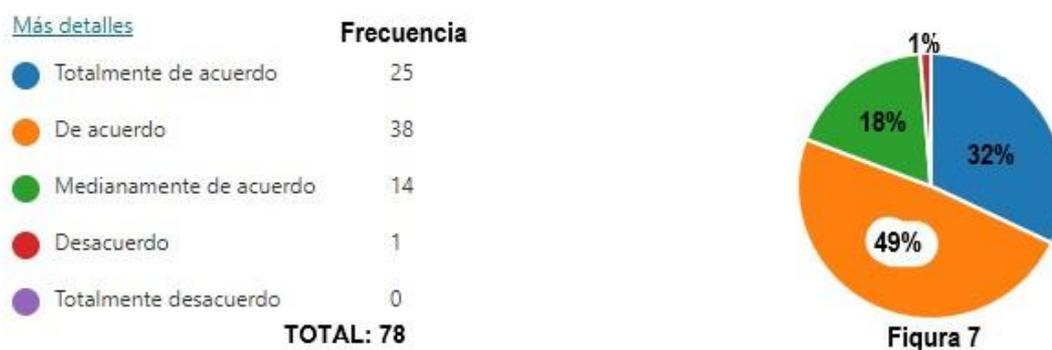
Según con los resultados, solo la minoría está en desacuerdo con derecho público en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, el cual contiene normas específicas para este rubor como el ISC, este factor es un condicionantes para diferentes planificaciones en la gestión de una empresa, como la tributaria en la toma de decisiones en sus proyecciones o la de ventas cuando existen regulaciones.

5.2.7. La pregunta X31: ¿Cree usted adecuado los tributos internos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 8.

Ilustración 8

Tributos internos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo concerniente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 8, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) y coinciden indicando que los tributos internos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Este porcentaje de aceptación es notoriamente alto en comparación con el 1% (un empresario) de empresarios que están en desacuerdo y opinan lo contrario.

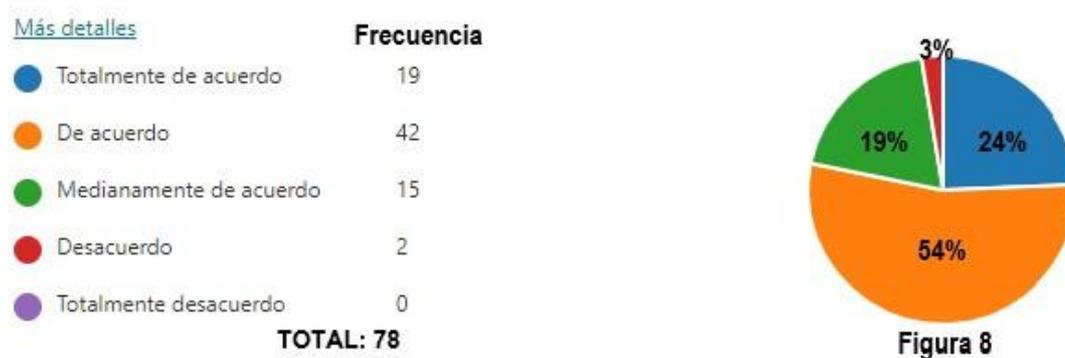
Los encuestados opinan que los tributos internos que afectan a estas empresas son tolerables en los negocios ya que tienen controlados sus gastos tributarios controlados en los diferentes periodos, así como las medidas necesarias para afrontar estos impuestos.

5.2.8. La pregunta X32: ¿Se encuentra de acuerdo con la presión tributaria a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 9.

Ilustración 9

Presión tributaria a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 9, se encontró que el 97% (76 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) y coinciden estar de en la presión tributaria a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Este porcentaje de común acuerdo es notoriamente alto en comparación con el 3% (dos empresarios encuestados) de empresarios que están en desacuerdo y opinan lo contrario.

Con respecto a las respuestas de esta pregunta la mayoría de los encuestados se encuentran de acuerdo con la presión tributaria en le Perú, aunque la presión tributaria del país está en crecimiento en los últimos años a nivel regional no es la mayor, y se llega a la conclusión que la

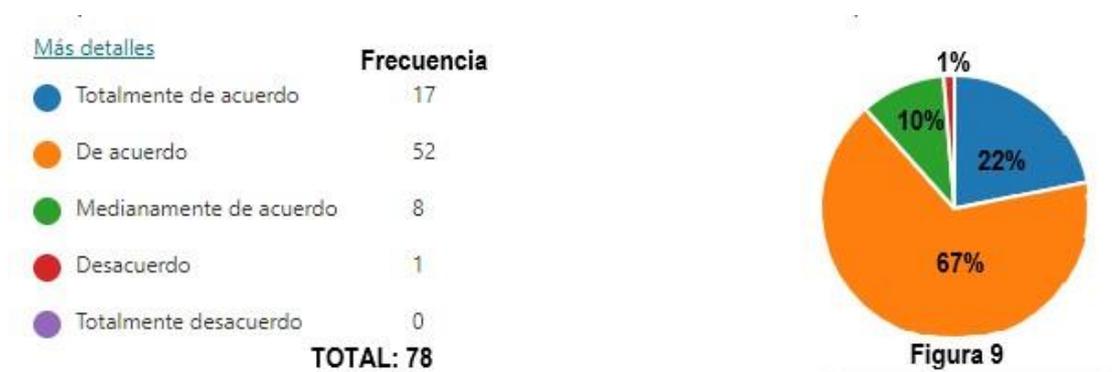
probabilidad de modificaciones en las normas tributarios en los próximos periodos se modifique a favor del estado.

5.2.9. La pregunta X33: *¿Está de acuerdo con el Impuesto a la Renta de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?*

El resultado se muestra en la Ilustración 10.

Ilustración 10

Impuesto a la renta de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. **Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 10, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) y coinciden en el impuesto a la renta de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Este porcentaje de acuerdo común es notoriamente alto en comparación con el 1% (un empresario encuestado) de empresarios que está en desacuerdo con el resto y opinan lo contrario.

Aunque los impuestos a la renta varían según los ingresos y el régimen en el Perú, la mayoría de los encuestados se encuentran de acuerdo con el

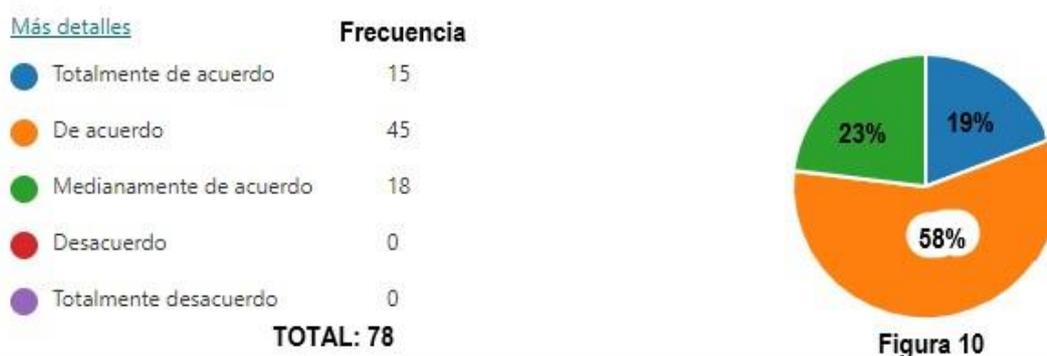
impuesto a la renta soportado, esta imposición no varía según el rubro de actividad de la empresa por lo que no hay ninguna diferencia por la recaudación para las empresas fabricantes de bebida alcohólicas.

5.2.10. La pregunta X41: ¿Considera usted adecuado la carga impositiva en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 11.

Ilustración 11

Carga impositiva en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la Ilustración 11, se encontró que el 100% (78 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) y coinciden con la carga impositiva en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Este porcentaje de acuerdo común es notoriamente el indicador más alto de la variable independiente (X) en comparación con el resto de los indicadores que describen y correlacionan a las variables de esta investigación.

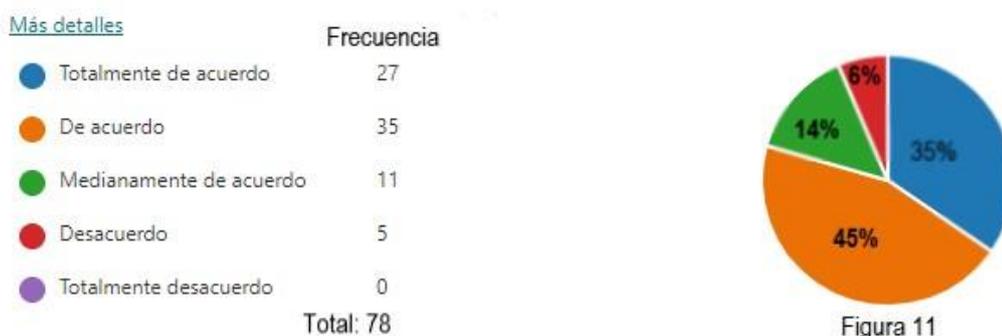
Dentro del contexto del Perú, la carga tributaria en las empresas son parte de las formalidades para su desarrollo dentro del país, lo que lo convierte en una desventaja ante la informalidad, sin embargo, un gran porcentaje de los encuestados consideran adecuado la carga tributaria en las empresas como parte de la contribución para el estado.

5.2.11. La pregunta X42: ¿Se encuentra usted de acuerdo con el sistema tributario en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 12.

Ilustración 12

Sistema tributario en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 12, se encontró que el 94% (73 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con sistema tributario en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana y el 6% de ellos (5 empresas) están en desacuerdo con el sistema tributario.

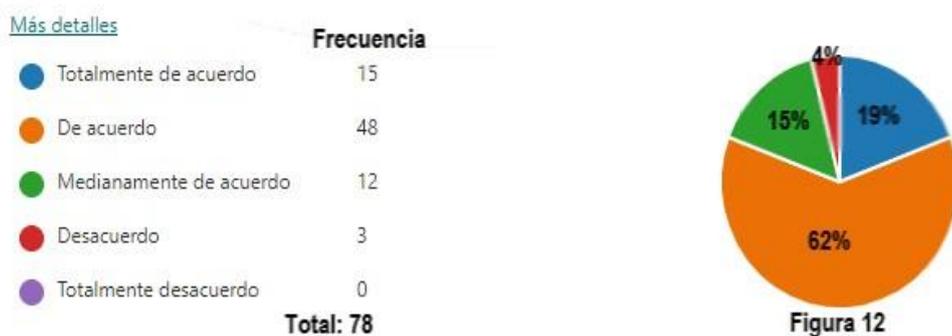
En el Sistema Tributario del Perú, se encuentran todas las normas para la imposición soportado por las personas naturales y jurídicas para los diferentes rubros, la mayoría de los encuestado se encuentran a favor del presente Sistema Tributario como medidas para la formalidad y crecimiento en conjunto con el estado.

5.2.12. La pregunta X43: ¿Cree usted adecuado la aptitud económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 13.

Ilustración 13

Aptitud económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 13, se encontró que el 96% (75 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la aptitud económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana y el 4% de ellos (3 empresas) están en desacuerdo con la aptitud económica de sus empresas.

La aptitud económica de las empresas fabricantes que tienen con el Perú se encuentran en un nivel aceptable según los encuestados, estas empresas tienen que adaptarse y cumplir con las normas que rigen según su razón social y en especial en el rubro de bebidas alcohólicas.

Variable Dependiente (Y): Nivel de Rentabilidad

5.2.13. La pregunta Y11: *¿Está usted de acuerdo con el beneficio neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?*

El resultado se muestra en la Ilustración 14.

Ilustración 14

Beneficio neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 14, se encontró que el 95% (74 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con el beneficio neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana y el 5% de ellos (4 empresas) están en desacuerdo con el beneficio neto de sus empresas.

El beneficio neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas se mantienen en un rango aceptable según los encuestados, cabe resaltar

que la base imponible de la imposición a las diferentes empresas va directamente relacionadas a los beneficios netos de estas empresas.

5.2.14. La pregunta Y12: *¿Considera usted adecuado las ventas de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?*

El resultado se muestra en la Ilustración 15.

Ilustración 15

Venta de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. **Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 15, se encontró que el 96% (75 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) y consideran adecuado las ventas de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana y el 4% de ellos (3 empresas) están en desacuerdo con las ventas de sus empresas.

Los ingresos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas están ligadas a las ventas que puedan realizar en un periodo, solo la minoría de los encuestados encuentran en desacuerdo con las ventas que realizan, a

pesar de las imposiciones a las que están afectas y que impactan hasta el consumidor final.

5.2.15. La pregunta Y13: ¿Cree usted adecuado los ingresos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 16.

Ilustración 16

Ingresos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 16, se encontró que el 96% (75 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) y consideran adecuado los ingresos de sus empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana y el 4% de ellos (3 empresas) están en desacuerdo con las ventas de sus empresas.

Como los ingresos y las ventas están directamente relacionadas, los encuestados consideran adecuado los ingresos, sin considerar los gastos recurridos y la gestión necesaria para la generación de los ingresos.

5.2.16. La pregunta Y21: ¿Se encuentra de acuerdo con los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 17.

Ilustración 17

Activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 17, se encontró que el 100% (78 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. Este porcentaje de acuerdo común es notoriamente el indicador más alto de la variable dependiente (Y) en comparación con el resto de los indicadores que describen descritos anteriormente.

Parte importante de la elaboración de los productos que elaboran las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas son sus activos, los cuales no solo son importantes poseerlos a su vez en fundamental usarlos con eficiencia para maximizar su productividad, según los encuestados la

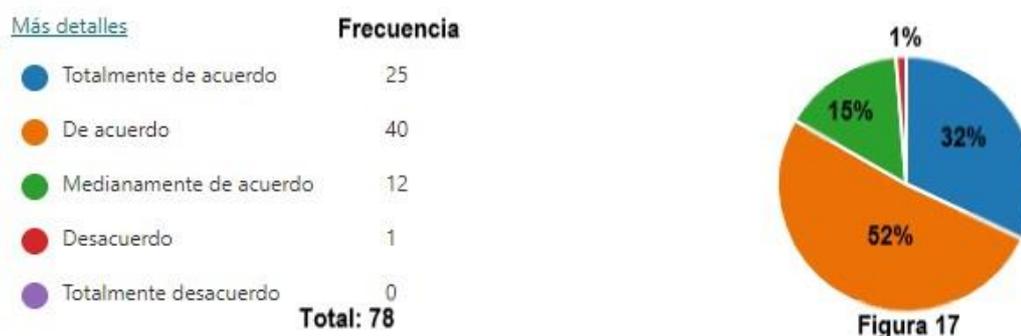
mayoría está de acuerdo con los activos que poseen las empresas respectivamente.

5.2.17. La pregunta Y22: ¿Considera usted adecuado la inversión en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 18.

Ilustración 18

Inversión en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 18, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la inversión en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana y solo el 1% de ellos (1 empresario) están en desacuerdo con la inversión en sus empresas.

Con respecto a la inversión, en el promedio la mayoría de los encuestados consideran adecuado la inversión, necesaria para el crecimiento de la

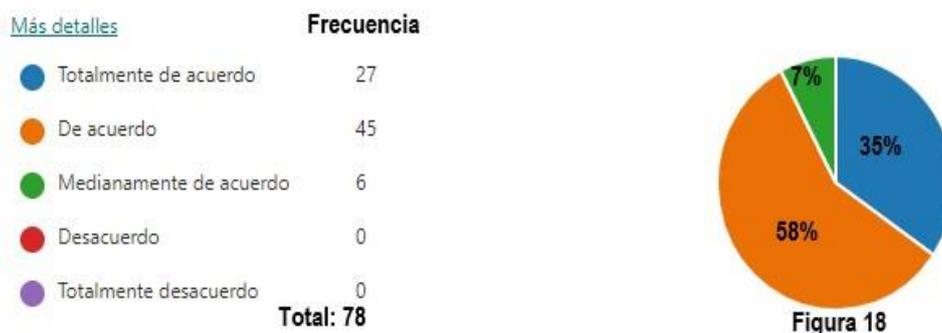
empresa en un sector del mercado así elevar su producción y sustentar sus gastos en un periodo.

5.2.18. La pregunta Y23: *¿Cree usted adecuado la administración de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?*

El resultado se muestra en la Ilustración 19.

Ilustración 19

Administración de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. **Elaboración propia.**

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 19, se encontró que el 100% (78 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la administración de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.

Una parte fundamental de la gestión de una empresa es la administración, sin importar el tamaño de estas, dentro de estas funciones se encuentran como desarrollar el negocio y como desenvolverse en el mercado, la

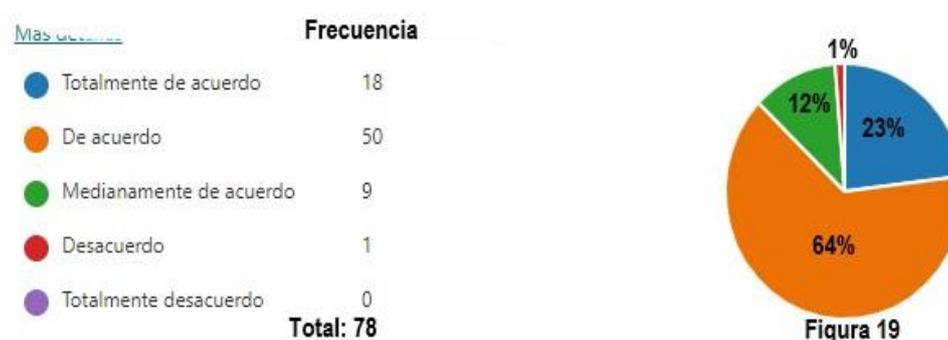
mayoría de los encuestados se encuentran de acuerdo con la administración actual de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.

5.2.19. La pregunta Y31: ¿Está usted de acuerdo con los fondos propios de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 20.

Ilustración 20

Fondos propios de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 20, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con los fondos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el año 2018 y solo el 1% de ellos (1 empresario) está en desacuerdo con los fondos propios en su empresa.

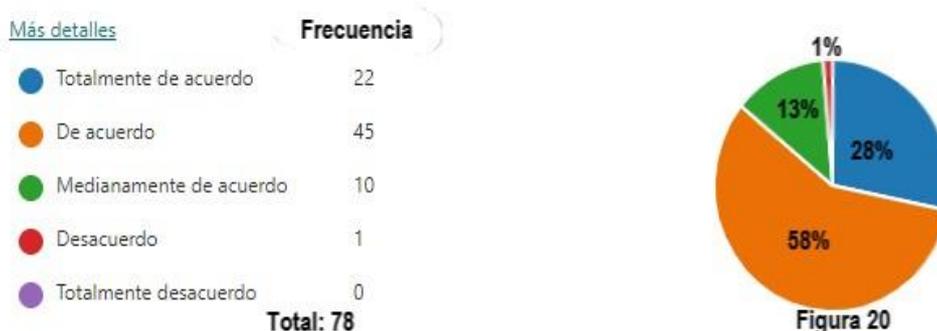
Los fondos propios de una empresa están formados por los aportes que los socios realizan y las utilidades que generan la empresa en un periodo, lo que determina la solvencia financiera de una empresa, la mayor parte de los encuestados considera adecuada los fondos propios de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.

5.2.20. La pregunta Y32: ¿Considera usted adecuado la financiación de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 21.

Ilustración 21

Financiación de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en LM.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 21, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con los fondos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el año 2018 y solo el 1% de ellos (1 empresario) está en desacuerdo con los fondos propios en su empresa.

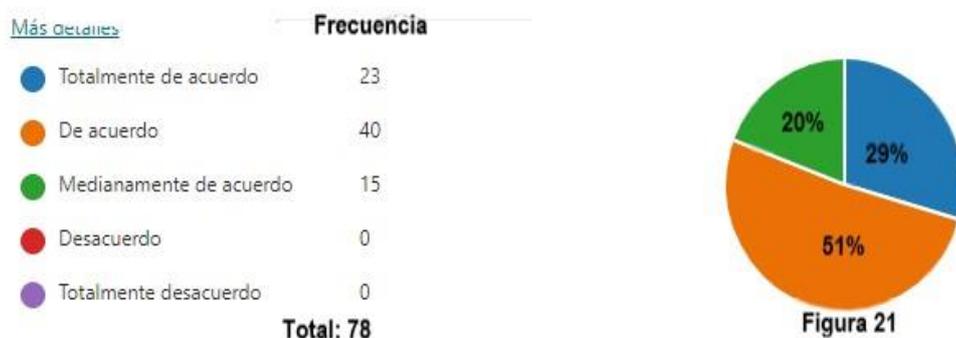
La financiación de las empresas es un punto importante en el manejo y control de las deudas de las empresas también para la expansión del negocio, la mayor parte de los encuestados en el promedio se encuentra de acuerdo con la financiación de sus respectivas empresas en la actualidad.

5.2.21. La pregunta Y33: ¿Estad usted de acuerdo con el capital inmovilizado de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 22.

Ilustración 22

Capital inmovilizado de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 22, se encontró que el 100% (78 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con el capital inmovilizado de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el año 2018.

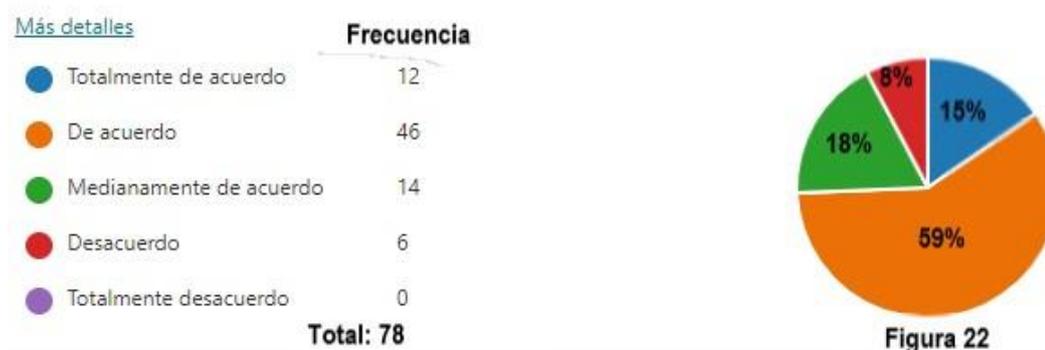
En relación con el proceso productivo de una empresa, el capital inmovilizado, el cual se considera a los activos fijo que participan en la elaboración del producto terminado, es parte fundamental de una empresa fabricantes de bebidas alcohólicas así obtener una buena operatividad, según la mayoría de los encuestado se encuentra de acuerdo con el capital inmovilizado de las empresas correspondientes.

5.2.22. La pregunta Y41: *¿Considera usted adecuado los costes de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?*

El resultado se muestra en la Ilustración 23.

Ilustración 23

Capital inmovilizado de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 23, se encontró que el 92% (72 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con los costes de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el año 2018 y el 8% de ellos (6 empresarios) están en desacuerdo con los costes de las empresas.

Saber los costes de una empresa es primordial, con este análisis podemos saber lo que nos cuesta realizar un producto terminado desde que se adquiere la materia prima hasta su salida a la venta, y es un factor importante para calcular el precio del producto. La mayoría de los encuestado nos mencionan que están de acuerdo con sus costes actualmente.

5.2.23. La pregunta Y42: ¿Cree usted adecuado el precio de venta en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 24.

Ilustración 24

Precio de venta en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 24, se encontró que el 98% (76 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con el precio de venta en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el año 2018 y solo el 2%

de ellos (2 empresarios) está en desacuerdo con el precio de venta en su empresa.

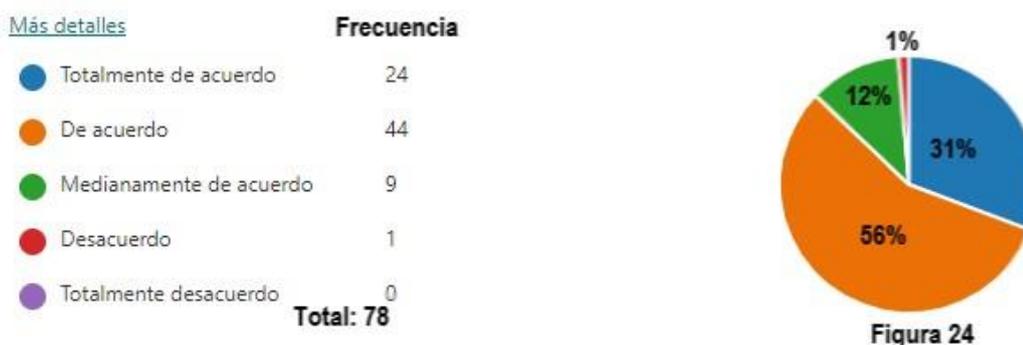
Dentro del precio de venta podemos encontrar factores que nos determinó este monto, los costos incurridos, la imposición que se realizar al producto, en este caso a las bebidas alcohólicas y un porcentaje para el margen de utilidad para la empresa, gran parte de los encuestados comentan estar de acuerdo con el precio de venta de sus productos.

5.2.24. La pregunta Y43: ¿Se encuentra usted de acuerdo con la planificación económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

El resultado se muestra en la Ilustración 25.

Ilustración 25

Planificación económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas.



Fuente: Gerentes, Contadores y Administradores. Elaboración propia.

En lo referente a esta interrogante, tal como se muestra en la ilustración 25, se encontró que el 99% (77 empresarios) del total de encuestados (78 empresarios) están de acuerdo (Medianamente de acuerdo + De acuerdo + Totalmente de acuerdo) con la planificación económica de las empresas

fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el año 2018 y solo el 21% de ellos (1 empresario) está en desacuerdo con la planificación económica de las empresas.

Existen factores externos como internos para la elaboración de una planificación económica, el ISC forma parte de estos factores, sin embargo, la mayoría de los encuestados están de acuerdo con su planificación económica.

5.3 Contrastación de Hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas en nuestra investigación se aplicó la distribución Chi cuadrado de Pearson, como se indicó arriba. La distribución Chi cuadrado es una herramienta apropiada en este estudio debido a que las variables en tratamiento son nominales y tienen respuestas cualitativas ordinales, en orden de jerarquía, desde totalmente desacuerdo a totalmente de acuerdo.

Concretamente se siguió el procedimiento general de una prueba de hipótesis y la decisión se optó siguiendo el método tradicional, con verificación del uso del método de valor de la probabilidad p comparado con el valor del nivel de significancia $\alpha = 0.05$.

En general, la hipótesis nula H_0 que queremos contrastar sustenta que existe asociación de dependencia entre las variables en estudio versus la hipótesis alternativa H_1 que afirma que no existe asociación de dependencia entre las variables.

5.3.1. Hipótesis Secundaria (a)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H₀: La carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

H₁: La carga tributaria no incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de

prueba Chi cuadrado $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$ donde $r = 5$ número de filas

y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 6.

Tabla 6

La carga tributaria incide en el margen neto en la rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

Carga Tributaria (X ₁)	Margen Neto (Y ₁)					
	Total de acuerdo	De acuerdo	Med. de acuerdo	Desacuerdo	Total desacuerdo	Total
Total de Acuerdo	4	5	3	0	0	12
De acuerdo	8	18	13	0	0	39
Med. de acuerdo	7	14	2	1	0	24
Desacuerdo	1	1	1	0	0	3
Total desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total	20	38	19	1	0	78

Esta tabla de contingencia da mucha información a nuestro estudio. Por ejemplo, se observan los valores marginales (totales) son los mismos valores porcentuales obtenidos en cada interrogante independientemente arriba, 96% y 99% respectivamente. Se observa que existen 18 empresarios que están de acuerdo con la carga tributaria y a la vez están de acuerdo con el margen neto en la rentabilidad de las empresas que fabrican bebidas alcohólicas en Lima metropolitana. Pero, se busca un indicador numérico que indique el grado de existencia de esa relación. Esa respuesta nos dará el valor de la Chi cuadrado de Pearson, usada para la conclusión de esta prueba de hipótesis.

Notamos que en esta Tabla de contingencia existe una fila y una columna de la misma categoría con cero respuestas. Procedemos a dejar sin efecto en los cálculos, aquí y en las siguientes pruebas. Es decir, en este caso la Tabla se reduce a una distribución Chi cuadrada con $(4-1) \times (4-1) = 9$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ damos lectura en la Tabla de la Chi cuadrada cuyo valor teórico es $\chi^2_{(9,0.05)} = 16.9$.

Proseguimos con el cálculo de la $\chi^2_{(calculado)}$ usando las frecuencias de la Tabla 6 se construye la Tabla 7 en él se muestran las frecuencias esperadas e_{ij} . Por ejemplo, $e_{11} = \frac{12 \times 20}{78} = 3.08$ y $e_{12} = \frac{12 \times 38}{78} = 5.85, \dots,$

Tabla 7

Valores esperados calculados a partir de los datos observados de la Tabla 6.

Carga Tributaria (X ₁)	Margen Neto (Y ₁)					
	Total de acuerdo	De acuerdo	Med. de acuerdo	Desacuer do	Total desacuerdo	
Total de Acuerdo	3.08	5.85	2.92	0.1 5	0	
De acuerdo	10	19	9.5	0.5	0	
Med. de acuerdo	6.15	11.6 9	5.85	0.3	0	
Desacuerdo	0.77	1.46	0.73	1	0	
Total desacuerdo	0	0	0	0.0 4	0	
				0		
Total	20	38	19	1	0	

Remplazando en la fórmula del estadístico de prueba

$$\chi^2_{(\text{calculado})} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(4-3.08)^2}{3.08} + \frac{(5-5.85)^2}{5.85} + \frac{(3-2.92)^2}{2.92} + \dots + \frac{(0-0.04)^2}{0.04} = 7.81$$

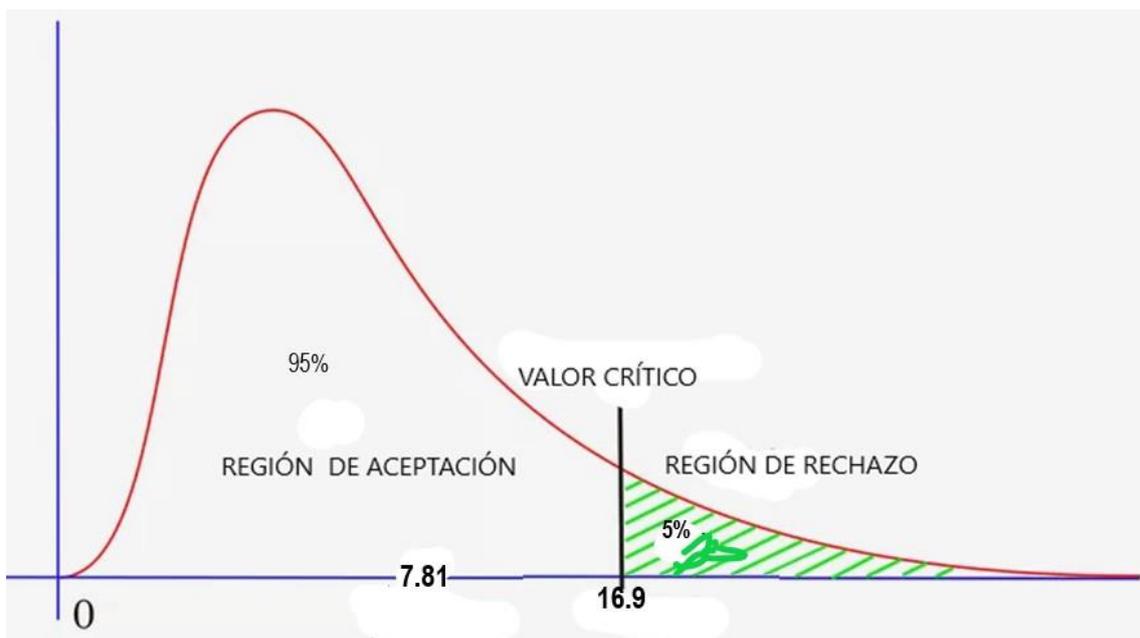
Paso 4. Decisión

Siguiendo las reglas de decisión establecidas en la Sección 4.1.5 se observa que en (*) el valor teórico de la Chi cuadrado es mayor que su valor calculado. Por lo tanto, procedemos a rechazar la hipótesis alternativa. Es decir,

Ocurre que $\chi^2_{(\text{calculado})} = 7.81 < \chi^2_{(9,0.05)} = 16.9$ entonces el valor calculado cae en la región de aceptación. Dicho de otra manera, la hipótesis nula es verdadera, como se muestra en la Ilustración 26.

Ilustración 26

Distribución Chi cuadrado que muestra la decisión de la PH



Todos estos cálculos son tediosos, pero se puede agilizar y verificar fácilmente mediante algún software estadístico, en este caso usamos el programa SPSS versión 26, y se obtuvo el siguiente resultado con los datos mostrados en la Tabla 8 y calculados en la Tabla 9.

Resultados Descriptivos y la Tabla de Contingencia de orden 4x4 para la prueba Chi cuadrado con $(4-1) (4-1) = 9$ grados de libertad

Tabla 8

Contingencia de orden

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Carga Tributaria * Margen neto	78	100.0%	0	.0%	78	100.0%

X1: Carga Tributaria incide en Y1: Margen neto en la rentabilidad

Count

		Margen neto				Total
		De acuer	Desacuer	Medianam	Totalmen	
Carga Tributaria	De acuer	18		13	8	39
	Desacuer	1		1	1	3
	Medianam	14	1	2	7	24
	Totalmen	5		3	4	12
Total		38	1	19	20	78

Tabla 9

La carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,810 ^a	9	,553
Razón de verosimilitud	8,637	9	,471
N de casos válidos	78		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5.
El recuento mínimo esperado es ,04.

Paso 5. Conclusión e interpretación

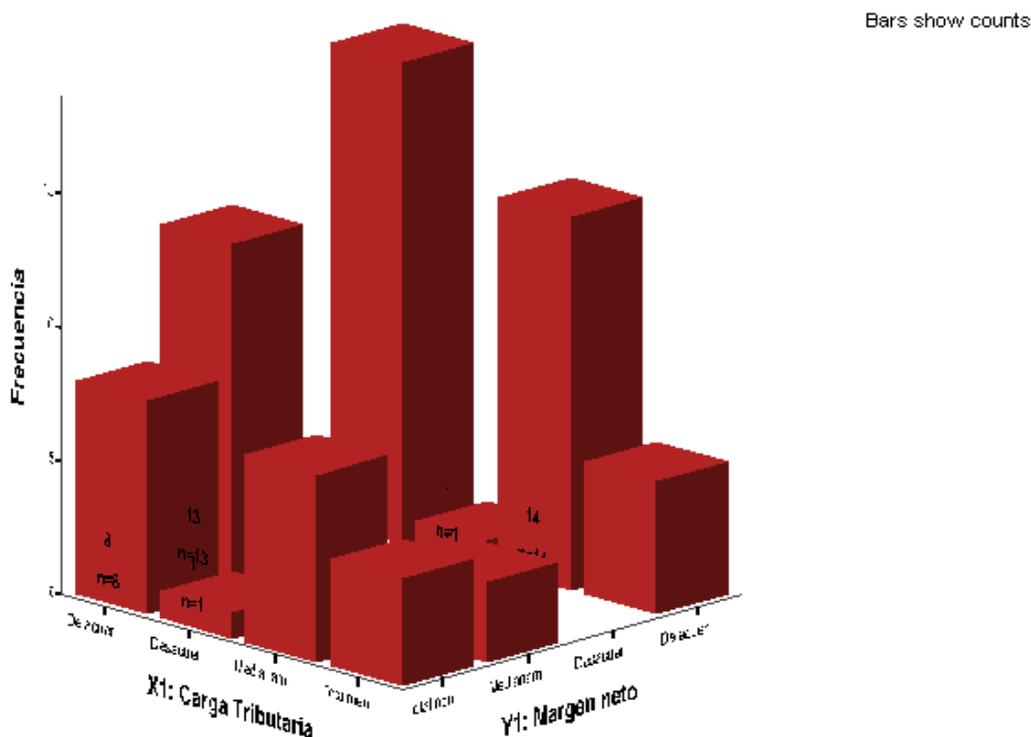
Si la hipótesis alternativa es falsa entonces la Hipótesis nula es verdadera.

Es decir, existe evidencia que sustenta que la carga tributaria incide en el margen neto en la rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. La encuesta la podemos verificar en la Ilustración 27.

Ilustración 27

Visualización de grafica de encuesta

Fuente: Elaboracion propia



5.3.2. Hipótesis Secundaria (b)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H₀: El nivel de tasas repercute la rentabilidad de activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

H₁: El nivel de tasas no repercute la rentabilidad de activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba

Chi cuadrado $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$ donde $r = 5$ número de filas y $c = 5$

número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas

de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 10 y calculando el chi cuadrado en la Tabla 11.

Tabla 10

El nivel de tasas incide en la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

X2: Nivel de Tasas, Y2: rentabilidad de los activos

		Rentabilidad sobre activos				Total
		De acuerdo	Desacuerdo	Mediana	Totalmente	
Nivel de tasas	De acuerdo	17	1	9	9	36
	Desacuerdo	2	0	1	4	7
	Mediana	16	0	2	7	25
	Totalmente de acuerdo	3	0	2	5	10
Total		38	1	14	25	78

Remplazando en la fórmula del estadístico de prueba y operando, resulta

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(20 - 22)^2}{22} + \frac{(1 - 0.42)^2}{0.42} + \dots + \frac{(4 - 1.31)^2}{1.31} = 12.230$$

Tabla 11

Prueba de chi-cuadrado en el nivel de tasas incide en la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

Pruebas de chi-cuadrado con el SPSS

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9.202^a	9	,419
Razón de verosimilitud	9.590	9	,385
N de casos válidos	78		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,09.

Paso 4. Decisión

De los resultados en el Paso 3 de la Chi cuadrado calculada y la Chi

cuadrado teórico de Tablas, se observa que $\chi^2_{calculado} = 9.202 < \chi^2_{(9,0,05)} = 16.9$.

Por lo tanto, se concluye que no se rechaza la hipótesis nula, como se muestra en la Ilustración 28.

Ilustración 28**Visualización de la regla de decisión de la PH b)****Paso 5. Conclusión**

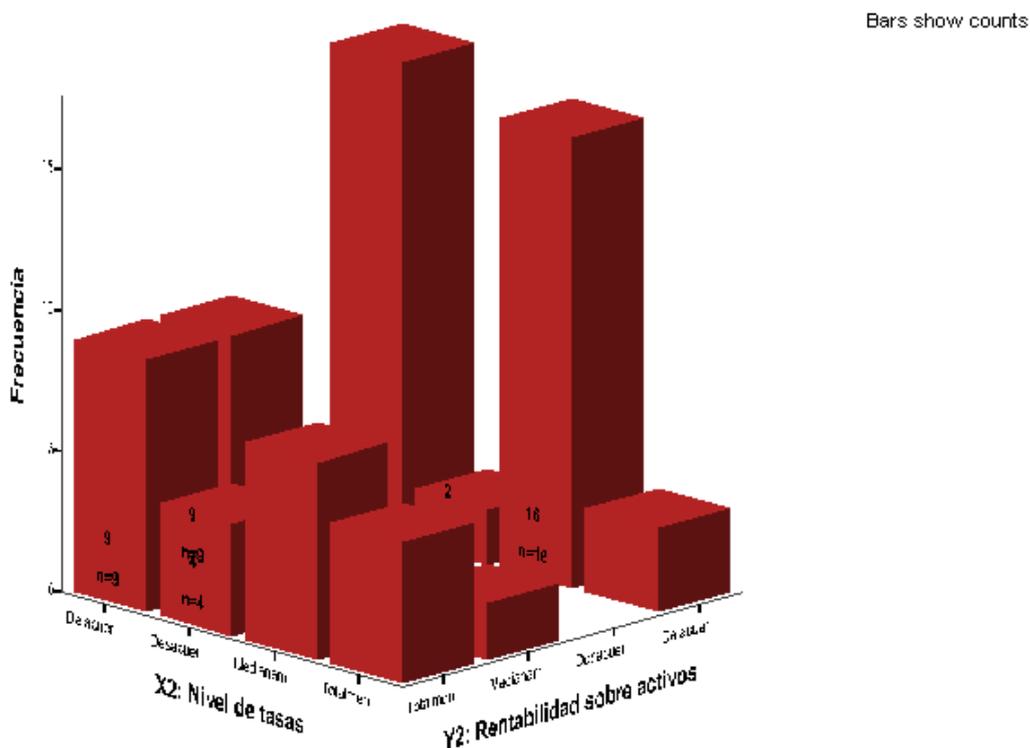
Existe evidencia en la información de las encuestas que soportan a la hipótesis que el nivel de tasas incide en la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. La encuesta la podemos verificar en la Ilustración 29.

Ilustración 29

Visualización de grafica de encuesta

El nivel de tasas incide positivamente en la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

Fuente: Elaboracion propia



5.3.3. Hipótesis Secundaria (c)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H₀: Los ingresos tributarios afectan en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

H₁: Los ingresos tributarios no afectan en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba

Chi cuadrado $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$ donde $r = 5$ número de filas y $c = 5$

número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas

de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 12.

Tabla 12

Los ingresos tributarios inciden en rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

3: Ingresos tributarios y Y3: Rentabilidad sobre el capital

Recuento

		Rentabilidad sobre capital				Total
		De acuerdo	Desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Ingresos tributarios	De acuerdo	18	1	5	10	34
	Desacuerdo	2	0	2	2	6
	Medianamente de acuerdo	17	1	4	6	28
	Totalmente de acuerdo	5	0	4	1	10
Total		42	2	15	19	78

Remplazamos la información mostrada en esta Tabla 11 en la fórmula del estadístico de prueba y simplificando, resulta

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(18 - 18.31)^2}{18.31} + \frac{(1 - 0.87)^2}{0.87} + \dots + \frac{(1 - 2.44)^2}{2.44} = 6.37$$

Verificación de este resultado con el software SPSS y mostrada en la Tabla 13.

Tabla 13

Prueba de chi-cuadrado en los ingresos tributarios inciden en rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

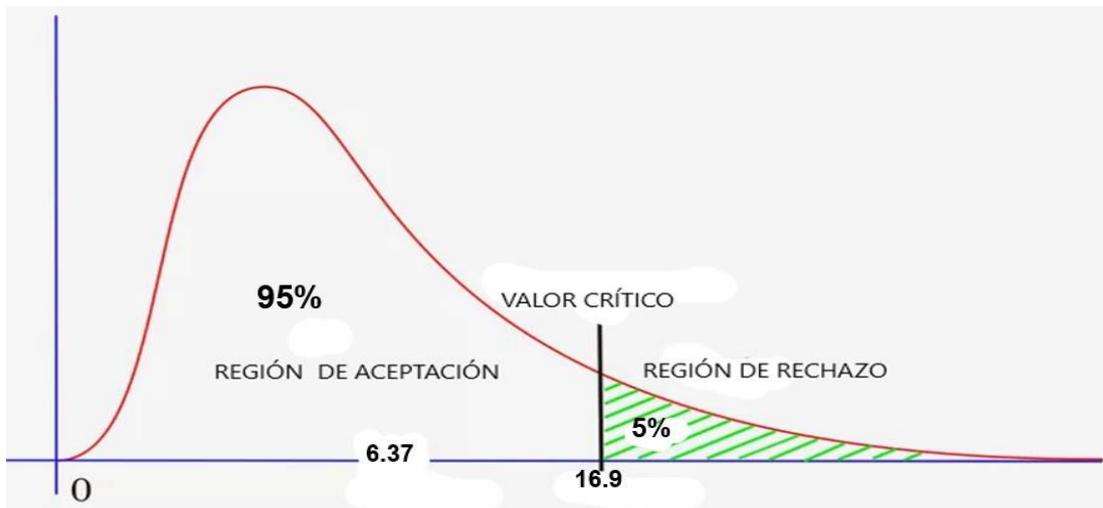
Pruebas de chi-cuadrado con SPSS

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.368^a	9	,703
Razón de verosimilitud	6.453	9	,694
N de casos válidos	78		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Paso 4. Decisión

De los resultados anteriores de la Chi cuadrado calculada y Chi cuadrado teórico de Tablas, se observa que $\chi^2_{calculado} = 6.368 < \chi^2_{(9,0,05)} = 16.9$. Por lo tanto, se concluye que no se rechaza la hipótesis nula, como se muestra en la Ilustración 30.

Ilustración 30**Visualización de la regla de decisión de la PH c)****Paso 5. Conclusión**

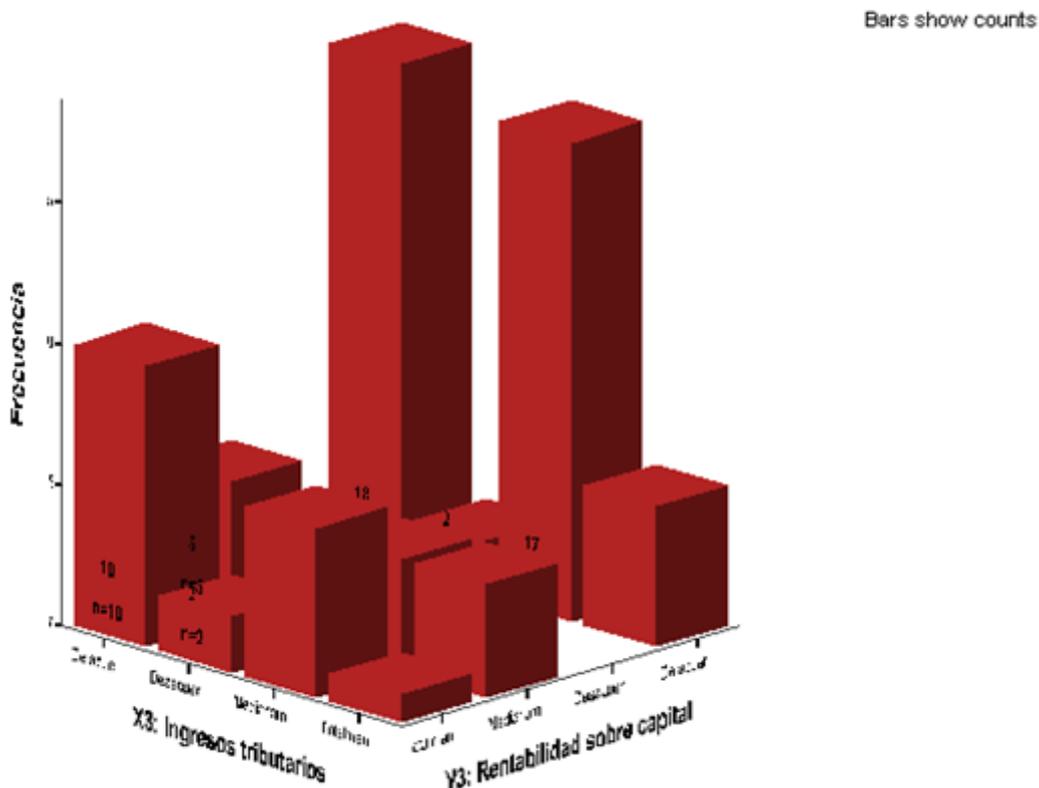
Existe evidencia en la información de las encuestas que soportan a la hipótesis que afirma que los ingresos tributarios inciden en la rentabilidad sobre el capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. La encuesta la podemos verificar en la Ilustración 31.

Ilustración 31

Visualización de grafica de encuesta

**Los ingresos tributarios inciden en la rentabilidad sobre el capital
empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana**

Fuente. Elaboracion propia



5.3.4. Hipótesis Secundaria (d)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H₀: La capacidad contributiva influye en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

H₁: La capacidad contributiva no influye en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de

prueba Chi cuadrado $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$ donde $r = 5$ número de filas

y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas

de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 14.

Tabla 14

La capacidad contributiva incide en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana

X4: Capacidad contributiva y Y4: Rentabilidad económica

Recuento

		Rentabilidad económica				Total
		De acuerdo	Desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Capacidad contributiva	De acuerdo	20	1	5	7	33
	Desacuerdo	3	0	1	1	5
	Medianamente de acuerdo	27	0	2	5	34
	Totalmente de acuerdo	2	0	0	4	6
	Total	52	1	8	17	78

Reemplazamos la información mostrada en esta Tabla 14 en la fórmula del estadístico de prueba y simplificando, resulta

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(20 - 22)^2}{22} + \frac{(1 - 0.42)^2}{0.42} + \dots + \frac{(4 - 1.31)^2}{1.31} = 12.230$$

Verificamos con el software SPSS mostrada en la Tabla 15.

Tabla 15

Prueba de chi-cuadrado en la capacidad contributiva incide en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana

Pruebas de Chi-cuadrado con SPSS

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.230^a	9	,201
Razón de verosimilitud	11.423	9	,248
N de casos válidos	78		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.

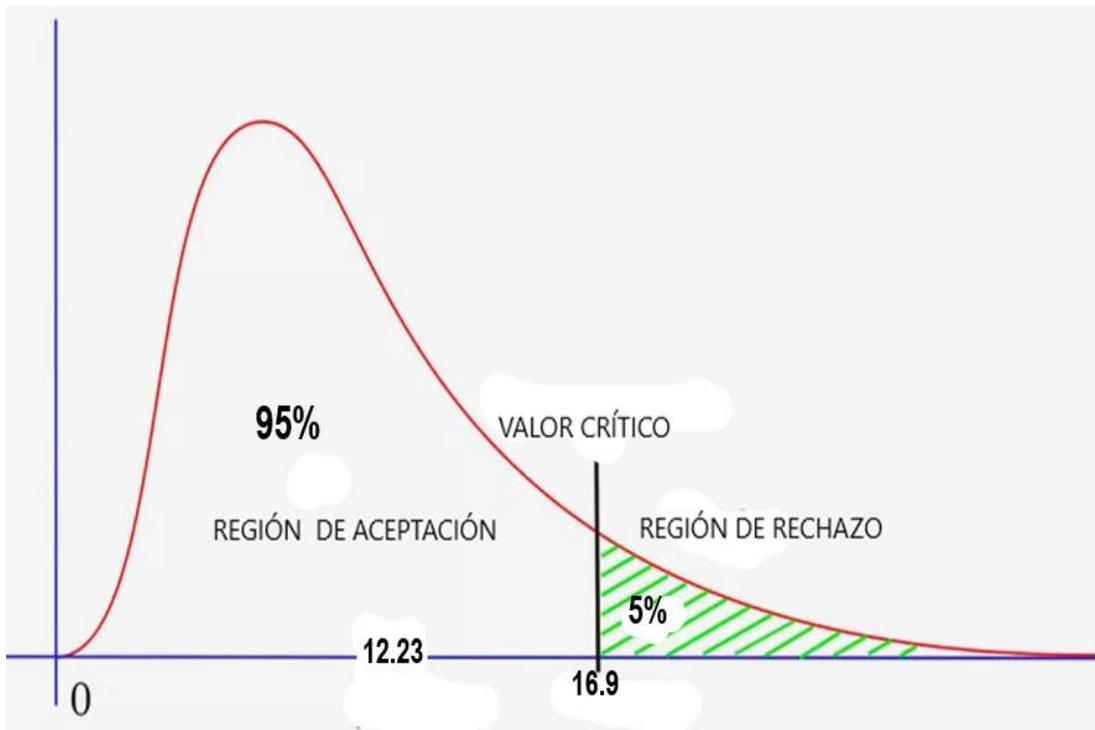
Paso 4. Decisión

De los resultados anteriores de la Chi cuadrado calculada y Chi cuadrado

teórico de Tablas, se observa que $\chi^2_{calculado} = 12.230 < \chi^2_{(9,0,05)} = 16.9$ se

concluye no rechazar la hipótesis nula, como se muestra en la Ilustración

32.

Ilustración 32**Visualización de la regla de decisión de la PH d)****Paso 5. Conclusión**

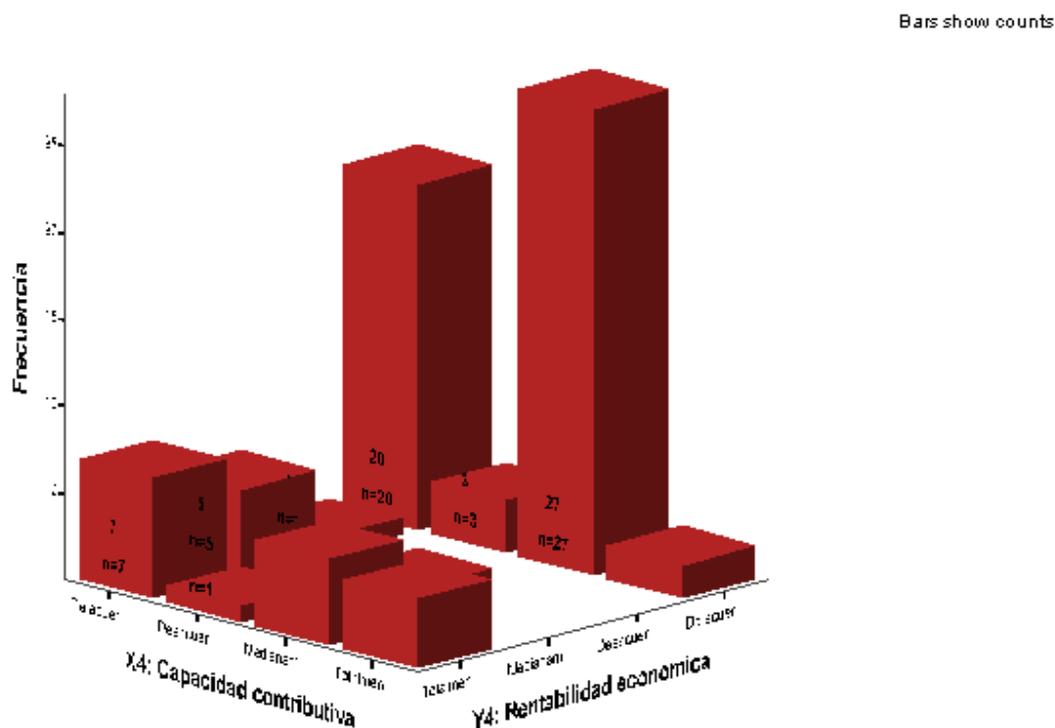
Existe evidencia en la información de las encuestas que soportan a la hipótesis que la capacidad contributiva incide en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana. La encuesta la podemos verificar en la Ilustración 33.

Ilustración 33

Visualización de grafica de encuesta

La capacidad contributiva incide en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana

Fuente: Elaboración propia



5.3.5. Hipótesis General

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula H_0 y su Alternativa H_1

- H_0 : Las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.
- H_1 : Las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo no inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de

prueba Chi cuadrado $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$ donde $r = 5$ número de filas

y $c = 5$ número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas

de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

Paso 3: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 16.

Tabla 16

Las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018

Tasas del ISC * Nivel de rentabilidad Crosstabulation

Count		Nivel de rentabilidad			Total
		De acuer	Medianam	Totalmen	
Tasas del ISC	De acuer	17	5	5	27
	Desacuer	5	3	3	11
	Medianam	18	9	3	30
	Totalmen	5	1	4	10
Total		45	18	15	78

X: Impuesto selectivo al consumo y Y: Nivel de rentabilidad

Reemplazamos en la fórmula de la Chi cuadrado calculada la información mostrada en esta Tabla 16 en la fórmula del estadístico de prueba y simplificando, resulta

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(17 - 15.58)^2}{15.58} + \frac{(5 - 6.23)^2}{6.23} + \dots + \frac{(4 - 1.92)^2}{1.92} = 6.186$$

Verificamos con el software SPSS mostrada en la Tabla 17.

Tabla 17

Prueba de chi-cuadrado en las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.186 ^a	6	.403
Likelihood Ratio	6.075	6	.415
N of Valid Cases	78		

Paso 4. Decisión

De los resultados anteriores de la Chi cuadrado calculada y Chi cuadrado teórico de Tablas, se observa que $\chi^2_{\text{calculado}} = 6.186 < \chi^2_{(9,0,05)} = 16.9$ se concluye no rechazar la hipótesis nula. Es decir, la hipótesis nula es verdadera, como se muestra en la Ilustración 34.

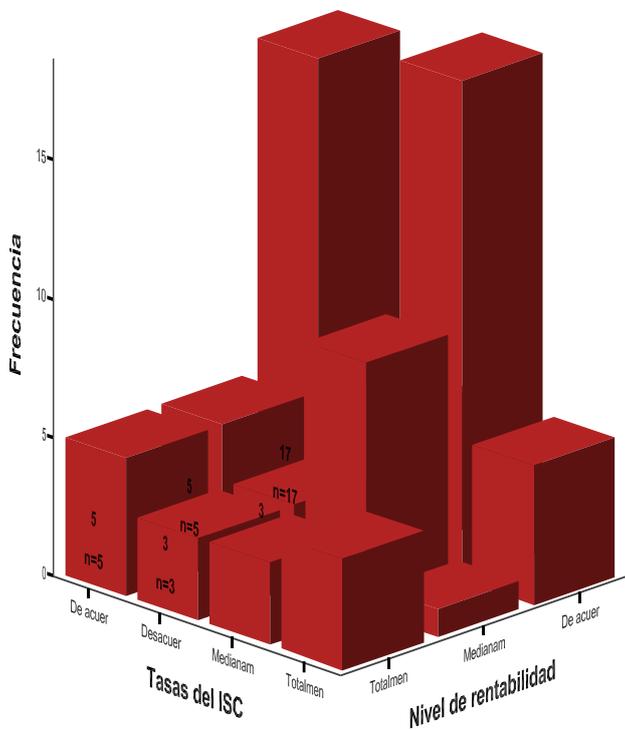
Ilustración 34**Visualización de la regla de decisión de la PH general****Paso 5. Conclusión**

Existe evidencia en la información de las encuestas que soportan a la hipótesis que las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018. La encuesta la podemos verificar en la Ilustración 35.

Ilustración 35

Visualización de grafica de encuesta

Bars show counts



Capítulo VI:
Discusión, Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Discusión de Resultados

El impuesto Selectivo al Consumo existe para cumplir dos objetivos, el primero el de regular el consumo de productos que son dañinos para la salud y el medio ambiente y como segundo objetivo el de recaudar mediante la imposición a productos los cuales no son vitales para la población, siendo el primer objetivo el primordial, la tasa del ISC se convierte en un indicador de vital importancia para el precio del producto, en vista de que el consumidor tiene como factor influyente al momento de adquirir un producto el precio, con este criterio si la tasa de ISC sufre una variación, afectaría tanto al productor mayorista como al consumidor final.

El aumento de la tasa del ISC, tendrá como consecuencia un mayor gasto tributario en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, como una medida para afrontar el cambio los gerentes eligen elevar el precio de los productos y así solventar el aumento del gasto tributario.

En este caso, la rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas se verá afectada, y la responsabilidad se mantendrá en los gerentes de las empresas manejar la situación para que la rentabilidad de cada empresa no se encuentre perjudicada.

6.2 Conclusiones

- a. El margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas se encuentra afectado por la variación de la carga tributaria que mantiene bajo la imposición del Impuesto Selectivo al Consumo- ISC, ya que este indicador repercute sobre los medidores directos del margen neto como son las ventas o el gasto tributario que se genera en un periodo.
- b. En el análisis de la rentabilidad de los activos se encuentran bajo la influencia del nivel de tasas del ISC del periodo en el cual se desarrolle sus actividades, en estas circunstancias los activos existen variaciones en las ventas por este factor que pueden generar en un ejercicio.
- c. Los ingresos tributarios que puede generar el ISC para el Estado dependen de las ventas de los productos a los cuales afectan, por esta razón existe un impacto en la rentabilidad de capital de un determinado año.
- d. La capacidad contributiva que tiene las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas nos indica la facultad que tiene para cubrir sus gastos tributarios, si existe alguna variación repercute en la rentabilidad económica.
- e. Para las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, el ISC es un factor determinante que afecta en la gestión económica, y como resultado tendremos una variación según la elección que los gerentes lleven a cabo para gestionar estos cambios.

6.3 Recomendaciones

- a. Se recomienda hacer un estudio sobre la evolución de las ventas en los diferentes periodos y realizar proyecciones en las cuales se consideren al Impuesto Selectivo al Consumo - ISC como un factor determinante en su variación, también considerar alguna variación del impuesto a futuro, así estar preparados en para alguna situación adversa y saber que medias tomar para remediarlo.
- b. Se recomienda considerar al ISC como un factor importante que puede afectar los ingresos de las empresas de bebidas alcohólicas, así podemos evaluar con mayor exactitud la rentabilidad de los activos en un periodo, debemos evaluar este análisis de los activos en conjuntos a los factores externos a la empresa que pueden condicionar el resultado.
- c. Se recomienda analizar los ingresos tributarios del Estado que genera de parte de las empresas de bebidas alcohólicas, un estudio nos podría dar un mayor panorama para la explicación de la variación de la rentabilidad de capital, a su vez de como se va transformando la imposición del ISC y anticiparnos antes cualquier escenario inesperado.
- d. Se recomienda evaluar la capacidad contributiva que tiene las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas a lo largo del tiempo, de la mano con la rentabilidad económica y analizar las similitudes en sus cambios, así como evaluar la capacidad contributiva de las demás empresas y como resultado podemos indagar como han reaccionado ante alteración.
- e. Se recomienda considerar al ISC como un factor influyente en la generación de rentabilidad en las empresas fabricantes de bebidas

alcohólicas, se debe tener en cuenta a esta imposición en los análisis de los estados financiero que se realizan como el objetivo de tomar las medidas necesarias para el factor externo, una buena implementación correcta es la de capacitar a los gerentes que no estén relacionados al área tributaria, sobre el concepto del ISC y las consecuencias que podría tener su cambio con las ventas.

Fuentes de Información

Referencias de libros.

- Bernal C. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson. Universidad del Valle. Colombia.
- Quiñonez G. (2002) *Organizaciones de la Sociedad Civil, Mecanismo e Instrumentos sobre filantropía y control social: Legislación Tributaria*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Ruiz, F. (2017). *Derecho tributario: Temas básicos*. Lima: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sampieri R., Fernández C., Baptista P. (2014) *Metodología de la investigación Quinta Edición*. Mc Graw Hill.
- Villanueva, W. (2014). *Tratado del IGV: Regímenes general y especiales*. Lima: Pacífico Editores.
- Zamora A. (2011) *Rentabilidad y Ventaja Comparativa: Un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el estado de Michoacán*. Editora Académica Española.

Referencias electrónicas

- Alva Matteuci M. (20 de junio de 2019). Comentario al Decreto Supremo N° 181-2019-EF: Cambios al ISC y deducción de gastos por vehículos. Blog de Mario Alva Matteucci. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2019/07/01/comentarios-al-decreto-supremo-n-181-2019-ef-cambios-al-isc-y-deducccion-de-gastos-por-vehiculos/#more-4856>

- Fernando M., (01 de agosto de 2009) *La Economía de los ingresos tributarios. Un Manual de estimaciones tributarias*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5501/S0900326_es.pdf
- Quipukamayoc (28 de agosto de 2019) *La imposición selectiva al consumo en el Perú: Entre el fin recaudatorio y la extrafiscalidad*.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/16190/14237>

Referencias de tesis

- Baltonado F. (2013). *Diseño Metodológico de guía técnica para el control del Impuesto Selectivo al Consumo aplicado a las industrias de gaseosas y jugos en Nicaragua*. Tesis de maestría, Universidad Politécnica de Nicaragua.
- Callirgos M. (2019) *La tercerización de ambulancias equipadas y sus efectos en la rentabilidad operativa de las empresa pre hospitalarias de Lima Metropolitana 2015-2016*. Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres.
- Hernández J. Castellano J. (2016) *Análisis de cuatro propuestas y presentación de una nueva para la modificación del régimen impositivo a los licores en Colombia*. Tesis de maestría, Universidad Externado de Colombia.

- Hoz Suarez B., Ferrer M., Hoz Suarez A. (2008) *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo*. Revista de ciencias sociales,14(1), 109.
- Lapa R. (2019) *Análisis de impuestos en régimen de Importación para el Consumo en la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria, Lima, 2018*. Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo.
- Quispetito, F.D. (2019) *El Impuesto Selectivo al Consumo y su incidencia en la recaudación fiscal a través de las empresas de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana 2017-2018*. Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres.

Referencias de revistas

- Cervantes V., (2005) Interpretación del coeficiente del alfa de Conbrach. *Avances en Medición*, 3(1), 28.
- Cordero Z. (2009) La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencias. *Revista de Educación*, 33(1), 155 - 165.
- Gironella E. (2005) El apalancamiento financiero: de como un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa. *Revista de contabilidad y dirección*, 2(1), 71 - 91.
- Lalama F., Bravo A. (2017) *Capitalismo social: un vistazo a resultados macroeconómicos de Ecuador, Perú y Colombia*. Retos

de ciencias de la administración y economía, Universidad Politécnica Salesiana.

- Martínez M., Sánchez P. (2013) Relación entre la diversidad de género y la rentabilidad económica de las empresas del IBEX25. *La ventana*, 4(38), 371.
- Ochoa A., Gomez E. (2016) Comprensión de la gestión financiera en la entidad sin ánimo de lucro, sustentada desde el presupuesto. *Revista gestión y desarrollo libre*, 1(2), 138.

Anexos

Anexo 1: Matriz de Consistencia.

Título: “Tasas del Impuesto Selectivo al consumo en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar si las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL Las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo inciden en el nivel de rentabilidad de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana en el 2018.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (X): Tasas del Impuesto Selectivo al Consumo Indicadores: X1: Carga Tributaria X2: Nivel de tasas X3: Ingresos tributarios X4: Capacidad Contributiva</p>	<p>1.- Tipo de investigacion Aplicada 2.- Nivel de investigacion Explicativo causal correlacional 3.- Diseño de investigacion No experimental 4.- Enfoque de la investigacion Cuantitativa 5.- Poblacion La poblacion consiste en 417 empresas 6.- Muestra La muestra para la presente investigacion es de 50 empresas. 7.- Tecnicas Encuesta 8.- Instrumentos Cuestionario</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS 1.- ¿De qué manera la carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1.- Determinar si la carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>	<p>HIPOTESIS ESPECÍFICAS 1.- La carga tributaria incide en el margen neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE (Y): Nivel de rentabilidad Indicadores: Y1: Margen neto Y2: Rentabilidad sobre activos Y3: Rentabilidad sobre capital Y4: Rentabilidad económica</p>	
<p>2.- ¿De qué manera el nivel de tasa repercute en el nivel de rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?</p>	<p>2.- Determinar si el nivel de tasas repercute la rentabilidad de los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>	<p>2.- El nivel de tasas repercute la rentabilidad de activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>		
<p>3.- ¿De qué manera los ingresos tributarios afectan en el nivel de rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?</p>	<p>3.- Determinar si los ingresos tributarios afectan en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>	<p>3.- Los ingresos tributarios afectan en la rentabilidad sobre capital de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>		
<p>4.- ¿De qué manera la capacidad contributiva influye en el nivel de rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018?</p>	<p>4.- Determinar si la capacidad contributiva influye en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>	<p>4.- La capacidad contributiva influye en la rentabilidad económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana, periodo 2018.</p>		

Anexo 2: Encuestas

Encuesta

Introducción

En la presente encuesta se busca determinar la incidencia de los indicadores de la variable independiente y de la variable dependiente del siguiente tema: "TASAS DEL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO EN EL NIVEL DE RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS FABRICANTES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LIMA METROPOLITANA, PERIODO 2018." Con la información recibida del siguiente cuestionario, realizada a personas expertas en su especialización, se solicita en las preguntas a continuación marcar con una (X) la respuesta que considere sea la correcta. Agradezco su apoyo por el tiempo brindado.

1.- ¿Está usted de acuerdo con la base imponible del ISC de las empresas

fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

2.- ¿Considera usted adecuado los ingresos netos de las empresas fabricantes de

bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

3.- ¿Cree usted adecuado el impuesto al valor añadido a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- Totalmente de acuerdo ()
- De acuerdo ()
- Medianamente de acuerdo ()
- Desacuerdo ()
- Totalmente desacuerdo ()

4.- ¿Está usted de acuerdo con la imposición selectiva a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- Totalmente de acuerdo ()
- De acuerdo ()
- Medianamente de acuerdo ()
- Desacuerdo ()
- Totalmente desacuerdo ()

5.- ¿Se encuentra usted de acuerdo con la obligación tributaria de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- Totalmente de acuerdo ()
- De acuerdo ()
- Medianamente de acuerdo ()
- Desacuerdo ()
- Totalmente desacuerdo ()

6.- ¿Considera usted adecuado el derecho público en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

7.- ¿Cree usted adecuado los tributos internos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

8.- ¿Se encuentra de acuerdo con la presión tributaria a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

9.- ¿Está de acuerdo con el Impuesto a la Renta de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

10.- ¿Considera usted adecuado la carga impositiva en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

11.- ¿Se encuentra usted de acuerdo con el sistema tributario en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

12.- ¿Cree usted adecuado la aptitud económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

13.- ¿Está usted de acuerdo con el beneficio neto de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

14.- ¿Considera usted adecuado las ventas de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

15.- ¿Cree usted adecuado los ingresos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

16.- ¿Se encuentra de acuerdo con los activos de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

17.- ¿Considera usted adecuado la inversión en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

18.- ¿Cree usted adecuado la administración de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

19.- ¿Está usted de acuerdo con los fondos propios de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

20.- ¿Considera usted adecuado la financiación de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

21.- ¿Estad usted de acuerdo con el capital inmovilizado de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

22.- ¿Considera usted adecuado los costes de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

23.- ¿Cree usted adecuado el precio de venta en las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |

24.- ¿Se encuentra usted de acuerdo con la planificación económica de las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Totalmente de acuerdo | () |
| De acuerdo | () |
| Medianamente de acuerdo | () |
| Desacuerdo | () |
| Totalmente desacuerdo | () |