

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CPA**

**ANÁLISIS DEL ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN
EUROPEA REFERENTE AL SECTOR LICORERO ENFOCADO
EN LAS PROVINCIAS DE PICHINCHA, GUAYAS Y AZUAY EN
EL PERIODO 2016 – 2018**

AUTOR: MILTON ANDRES MANOTOA VINUEZA

DIRECTOR: FRANCISCO VITERI

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: SISTEMA TRIBUTARIO

QUITO, MAYO 2019

DIRECTOR:

FRANCISCO VITERI

LECTORES:

MTR. HALINA LYKO MARCIAK

JORGE CEVALLOS DILLON

DEDICATORIA

Este trabajo dedico a mis padres Mónica Vinueza y Milton Manotoa Vizuite que con su apoyo a pesar de la distancia han sabido guiarme, también agradezco a mis hermanas por estar a mi lado apoyándome, para que hoy se cumpla un anhelo muy grande que tenía de llegar a ser profesional, también dedico a mi abuelito Plinio que siempre me decía “el estudio es lo más importante”, es mi ángel del cielo. El esfuerzo y la dedicación de todos estos años de estudio aquí en la ciudad de Quito no lo hubiese logrado sin su apoyo.

Milton Andrés Manotoa Vinueza

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Dios por estar presente siempre en mi vida, agradecer a mis padres en especial a mi madre que siempre confió en mí y a padre que siempre supo guiarme para que cada día me esfuerce y sea mejor persona, a mis hermanas que siempre estuvieron apoyándome, quiero agradecer también a los profesores de la PUCE, que gracias a ellos adquirí conocimientos importantes para que pueda defenderme en la vida profesional, también a mis compañeros por aguantar mis chistes en clases y por apoyarme cuando les he pedido ayuda en algunos temas que no entendía.

Milton Andrés Manotoa Vinuesa

CONTENIDO

| | Pág. |
|----------------------------------------------------------------------|-------------|
| PORTADA | I |
| DIRECTOR | II |
| DEDICATORIA | III |
| AGRADECIMIENTOS | IV |
| RESUME EJECUTIVO | XIV |
| | |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| | |
| 1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO | 3 |
| 1.1 Conceptos fundamentales..... | 3 |
| 1.2 Los tratados internacionales | 4 |
| 1.3 Los tratados internacionales en la constitución del Ecuador..... | 7 |
| 1.4 Acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador | 9 |
| 1.5.1 Unión Europea | 11 |
| 1.5.1.1 Objetivos de la Unión Europea. | 15 |
| 1.5.1.2 Valores de la Unión Europea. | 16 |
| 1.5.1.3 Ámbito político la de Unión Europea. | 17 |
| <i>Economía finanzas y el euro</i> | 18 |
| <i>Mercado único</i> | 18 |
| <i>Economía y sociedad digitales</i> | 18 |
| <i>Empresa e industria</i> | 18 |
| <i>Comercio</i> | 19 |
| <i>Aduanas</i> | 19 |
| <i>Consumidores</i> | 20 |
| <i>Competencia</i> | 20 |
| <i>Investigación e innovación</i> | 21 |
| <i>Política regional</i> | 21 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Política de empleo y asuntos sociales</i> | 21 |
| <i>Educación y formación</i> | 22 |
| <i>Fronteras y seguridad</i> | 22 |
| <i>Migración y asilo</i> | 22 |
| 1.5.1.4 Entorno económico de la Unión Europea. | 22 |
| <i>Población</i> | 23 |
| <i>Tasa de desempleo</i> | 23 |
| <i>Producto interno bruto</i> | 23 |
| <i>Comercio</i> | 24 |
| <i>Importación & exportaciones por grupo de productos.</i> | 25 |
| 1.5.2 Ecuador. | 27 |
| 1.5.2.1 Entorno económico de Ecuador. | 27 |
| <i>Población</i> | 27 |
| <i>Tasa de desempleo</i> | 27 |
| <i>Producto interno bruto</i> | 27 |
| <i>Relaciones comerciales entre la Unión Europea y Ecuador.-</i> | 27 |
| 1.5.3 Características principales del acuerdo comercial con la Unión Europea..... | 28 |
| 1.5.5 Obligaciones del acuerdo comercial. | 31 |
| 1.5.6 Ámbito geográfico de aplicación. | 31 |
| 1.5.7 Comité de comercio. | 32 |
| 1.5.8 Cronograma de eliminación arancelaria..... | 32 |
| 1.5.8.1 Afectación del acuerdo al sector licorero..... | 34 |
| 1.5.9 Intervención de la ciudadanía..... | 36 |
| 1.6 Norma tributaria respecto al sector licorero en el Ecuador | 37 |
| 1.6.1 Impuesto a la renta. | 37 |
| 1.6.2 Impuesto al valor agregado. | 43 |
| 1.6.3 Impuesto a los consumos especiales. | 48 |
| 1.6.2 Etiquetado SIMAR..... | 55 |
| 1.6.3 Etiquetas fiscales y control en las importaciones de bebidas alcohólicas SENAE | 60 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2. CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO..... | 62 |
| 2.1. Metodología de investigación | 62 |
| 2.1.1 Diseño metodológico. | 62 |
| 2.1.2 Tipo de investigación. | 63 |
| 2.1.3 Matriz diagnóstico..... | 63 |
| 2.1.4 Población y muestra de estudio..... | 65 |
| 2.1.5 Cálculo de la muestra..... | 68 |
| 2.1.6 Técnicas de recolección de datos. | 69 |
| 2.1.7 El procesamiento y análisis de datos..... | 69 |
| | |
| 3. CAPITULO III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 70 |
| 3.1. Resultados de las encuestas a empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas según Código CIIU: Elaboración de bebidas alcohólicas | 71 |
| 3.1.1 Generalidades..... | 71 |
| 3.1.2 Análisis de preguntas. | 75 |
| 3.2. Resultados de las encuestas a distribuidores de bebidas alcohólicas | 91 |
| CIIU: Venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación. | 91 |
| 3.2.1 Generalidades..... | 91 |
| 3.2.2 Análisis de preguntas. | 95 |
| 3.3 Análisis S.W.O.T. (F.O.R.D.)..... | 110 |
| 3.4 Análisis tributario sector licorero enfocado a las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay | 114 |
| 3.4.1 Empresas de producción de bebidas alcohólicas según Código CIIU: Elaboración de bebidas alcohólicas..... | 120 |
| 3.4.2 Empresas distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas según código CIIU: Venta al por mayor de bebidas alcohólicas | 127 |
| 3.5. Análisis de importaciones y exportaciones globales..... | 134 |
| 3.5.1 Principales socios comerciales de Ecuador..... | 135 |
| 3.5.2 Importaciones desde la Unión Europea..... | 136 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.5.2.1 Evolución de importación de bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea. . | 138 |
| 3.5.2.1 Principales países de donde Ecuador importa bebidas alcohólicas de la Unión Europea. | 139 |
| | |
| 4. CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 141 |
| 4.1 Conclusiones | 141 |
| 4.2 Recomendaciones..... | 144 |
| Bibliografía | 145 |
| ANEXOS | 149 |

LISTA DE ILUSTRACIONES

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 1. Conceptos fundamentales | 3 |
| Ilustración 2. Pantalla declaración Impuesto a la Renta sociedades | 42 |
| Ilustración 3. Pantalla declaración IVA mensual sociedades..... | 48 |
| Ilustración 4. Pantalla declaración ICE mensual sociedades | 54 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1: Género..... | 71 |
| Gráfico 2. Edad | 72 |
| Gráfico 3. Cargo Desempeñado | 73 |
| Gráfico 4. Años de servicio..... | 74 |
| Gráfico 5. Acuerdo comercial UE ha sido beneficioso..... | 75 |
| Gráfico 6. Incidencia en ventas con el Acuerdo comercial UE..... | 76 |
| Gráfico 7. Año de mayo Ventas licor nacional | 77 |
| Gráfico 8. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018 | 78 |
| Gráfico 9. Pueden competir licores nacionales vs importados..... | 79 |
| Gráfico 10. Factores por los que NO pueden competir licores nacionales vs importados..... | 80 |
| Gráfico 11. Estrategias para ser competitivo en licores nacionales | 81 |
| Gráfico 12. Aspectos positivos desde la aplicación del Acuerdo comercial UE. | 82 |
| Gráfico 13. Salvaguardias ayudo a la producción nacional de licores..... | 83 |
| Gráfico 14. Cierre de empresa de producción de licores nacionales..... | 84 |
| Gráfico 15. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género. | 85 |
| Gráfico 16. Desventajas tas el Acuerdo Comercial con la Unión Europea..... | 86 |
| Gráfico 17. Acuerdo Comercial ayudo a combatir contrabando..... | 87 |
| Gráfico 18. SIMAR ayuda al control fiscal..... | 88 |
| Gráfico 19. SIMAR útil para evitar fraude fiscal..... | 89 |
| Gráfico 20. SIMAR efectivo. | 90 |
| Gráfico 21. Género..... | 91 |
| Gráfico 22. Edad. | 92 |
| Gráfico 23. Cargo..... | 93 |
| Gráfico 24. Años de Servicio..... | 94 |
| Gráfico 25. Acuerdo Beneficioso sector licorero..... | 95 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gráfico 26. Con el Acuerdo comercial con UE se han incrementado ventas. | 96 |
| Gráfico 27. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018. | 97 |
| Gráfico 28. Incidencia en ventas en licores nacionales..... | 98 |
| Gráfico 29. Años de mayor volumen de ventas en licores nacionales. | 99 |
| Gráfico 30. Ventas de licores importados. | 100 |
| Gráfico 31. Pueden competir licores nacionales vs licores importados. | 101 |
| Gráfico 32. Factores porque no pueden competir licores nacionales vs licores importados..... | 102 |
| Gráfico 33. Salvaguardias ayudo a las marcas nacionales de licores..... | 103 |
| Gráfico 34. Cierre de empresas de producción nacional de licores | 104 |
| Gráfico 35. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género. | 105 |
| Gráfico 36. El Acuerdo Comercial con UE ayudo a combatir contrabando. | 106 |
| Gráfico 37. SIMAR ayudo al control fiscal. | 107 |
| Gráfico 38. SIMAR útil para evitar el fraude fiscal..... | 108 |
| Gráfico 39. SIMAR es efectivo..... | 109 |
| Gráfico 40. Recaudación consolidado nacional años 2016-2017-2018 - miles de dólares..... | 116 |
| Gráfico 41. Impuesto a los consumos especiales consolidado nacional 2016-2017-2018..... | 117 |
| Gráfico 42. Desagregado en recaudación ICE 2018. | 119 |
| Gráfico 43. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Pichincha. | 122 |
| Gráfico 44. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas | 124 |
| Gráfico 45. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Azuay..... | 126 |
| Gráfico 46. Distribuidoras - impuesto a la renta causado y salida de divisas Pichicha. | 129 |
| Gráfico 47. Distribuidoras - impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas. | 131 |
| Gráfico 48. Distribuidoras - impuesto a la renta causado y salida de divisas Azuay..... | 133 |
| Gráfico 49. Importaciones y exportaciones globales Ecuador 2016-2017-2018 | 134 |
| Gráfico 50. Principales socios comerciales Ecuador 2018. | 136 |
| Gráfico 51. Importaciones provenientes de Unión Europea 2016, 2017,2018 | 137 |
| Gráfico 52. Importación de Bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea 2016, 2017,2018..... | 138 |
| Gráfico 53. Principales países de origen de importación de bebidas alcohólicas UE 2018..... | 140 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Países miembros de la Unión Europea..... | 13 |
| Tabla 2. Políticas de la Unión Europea..... | 17 |
| Tabla 3. Comercio de la Unión Europea..... | 25 |
| Tabla 4. Importaciones y exportaciones por grupo de productos de la UE-2017..... | 26 |
| Tabla 5. Por grupo de productos importados y exportados de la Unión Europea a Ecuador 2018 | 28 |
| Tabla 6. Desgravación de arancel/algunos productos de la Unión Europea en porcentaje..... | 33 |
| Tabla 7. Ecuador cronograma de desgravación otorgado a Unión Europea..... | 34 |
| Tabla 8. Tabla de vencimiento impuesto a la renta sociedades..... | 40 |
| Tabla 9. Tabla de vencimiento IVA mensual sociedades..... | 47 |
| Tabla 10. Tarifa impuesto ICE bebidas alcohólicas..... | 52 |
| Tabla 11. Tabla de vencimiento ICE mensual sociedades..... | 53 |
| Tabla 12. Etiquetas activadas -Producción de Bebidas Alcohólicas por Tipo marzo 2019..... | 58 |
| Tabla 13. Etiquetas activadas -producción de bebidas alcohólicas por provincia marzo 2019 .. | 59 |
| Tabla 14. Matriz diagnostico..... | 64 |
| Tabla 15. Número de establecimientos de venta al por mayor de Bebidas alcohólica, incluso el envasado de vino a granel sin transformación. | 66 |
| Tabla 16. Número de establecimientos de producción nacional de bebidas alcohólica..... | 67 |
| Tabla 17. Género..... | 71 |
| Tabla 18. Edad..... | 72 |
| Tabla 19. Cargo desempeñado..... | 73 |
| Tabla 20. Años de Servicio..... | 74 |
| Tabla 21. El Acuerdo comercial con la Unión Europea ha sido beneficioso para el sector licorero. | 75 |
| Tabla 22. Incidencia en ventas licores nacionales con Acuerdo comercial UE..... | 76 |
| Tabla 23. Año de mayor volumen de venta Licores Nacionales..... | 77 |
| Tabla 24. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018..... | 78 |
| Tabla 25. Pueden competir licores nacionales vs importados..... | 79 |
| Tabla 26. Factores porque los que No pueden competir licores nacionales vs importados. | 80 |
| Tabla 27. Estrategias para ser competitivo en licores nacionales. | 81 |
| Tabla 28. Aspectos positivos desde la aplicación del Acuerdo comercial UE..... | 82 |
| Tabla 29. Salvaguardias ayudo a la producción nacional de licores..... | 83 |
| Tabla 30. Cierre de empresa de producción de licores nacionales..... | 84 |
| Tabla 31. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género. | 85 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 32. Desventajas tas el Acuerdo Comercial con la Unión Europea..... | 86 |
| Tabla 33. Acuerdo Comercial ayudo a combatir contrabando..... | 87 |
| Tabla 34. SIMAR ayuda al control fiscal..... | 88 |
| Tabla 35. SIMAR útil para evitar fraude fiscal..... | 89 |
| Tabla 36. SIMAR efectivo..... | 90 |
| Tabla 37. Género..... | 91 |
| Tabla 38. Edad..... | 92 |
| Tabla 39. Cargo..... | 93 |
| Tabla 40. Años de Servicio..... | 94 |
| Tabla 41. Acuerdo Beneficioso sector licorero..... | 95 |
| Tabla 42. Con el Acuerdo comercial con UE se han incrementado ventas..... | 96 |
| Tabla 43. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018..... | 97 |
| Tabla 44. Incidencia en ventas en licores nacionales..... | 98 |
| Tabla 45. Años de mayor volumen de ventas en licores nacionales..... | 99 |
| Tabla 46. Ventas de licores importados..... | 100 |
| Tabla 47. Pueden competir licores nacionales vs licores importados..... | 101 |
| Tabla 48. Factores porque no pueden competir licores nacionales vs licores importados..... | 102 |
| Tabla 49. Salvaguardias ayudo a las marcas nacionales de licores..... | 103 |
| Tabla 50. Cierre de empresas de producción nacional de licores..... | 104 |
| Tabla 51. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género..... | 105 |
| Tabla 52. El Acuerdo Comercial con UE ayudo a combatir contrabando..... | 106 |
| Tabla 53. SIMAR ayudo al control fiscal..... | 107 |
| Tabla 54. SIMAR útil para evitar el fraude fiscal..... | 108 |
| Tabla 55. SIMAR es efectivo..... | 109 |
| Tabla 56. Análisis FODR..... | 110 |
| Tabla 57. Recaudación consolidado nacional años 2016-2017-2018..... | 115 |
| Tabla 58. Impuesto a los consumos especiales consolidado nacional 2016-2017-2018..... | 117 |
| Tabla 59. Desagregado en recaudación ICE 2016-2017-2018..... | 118 |
| Tabla 60. Impuesto a la renta causado y salida de divisas empresas seleccionadas Pichicha... | 121 |
| Tabla 61. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas..... | 123 |
| Tabla 62. Impuesto a la renta causado y salida de divisas empresas seleccionadas Azuay..... | 125 |
| Tabla 63. Distribuidoras seleccionadas - impuesto a la renta causado y salida de divisas Pichincha..... | 128 |
| Tabla 64. Distribuidoras Impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas..... | 130 |
| Tabla 65. Distribuidoras seleccionadas - impuesto a la renta causado y salida de divisas Azuay..... | 132 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 66. Importaciones y exportaciones globales Ecuador 2016-2017-2018. | 134 |
| Tabla 67. Principales socios comerciales Ecuador 2018..... | 135 |
| Tabla 68. Importaciones provenientes de Unión Europea 2016, 2017,2018 | 137 |
| Tabla 69. Importación de Bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea 2016, 2017,2018..... | 138 |
| Tabla 70. Principales países de origen de importación de bebidas alcohólicas UE 2018..... | 139 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de analizar la situación del sector licorero enfocado en la provincias de Pichincha, Guayas y Azuay; con respecto al Acuerdo Comercial con la Unión Europea, que entro en vigor desde el 1 de enero de 2017. Gracias al acuerdo el sector licorero, especialmente las empresas dedicadas a la Distribución de bebidas alcohólicas se han visto beneficiadas con el incremento de ventas, ya que las bebidas alcohólicas provenientes de los países miembros de la Unión Europea ingresan con arancel cero, lo cual ocasiona precios accesible y mayor diversidad de productos, asimismo el consumidor se ha beneficiado al tener productos de mejor calidad. Adicionalmente, se analizó a un grupo de empresas de producción de licores nacionales y empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas, mediante información de carácter público, la cual evidenció, que las empresas seleccionadas aleatoriamente, mejoraron su situación económica, a la vez se incrementó la recaudación tributaria en beneficio del estado Ecuatoriano, para el caso de las empresas de producción nacional de licor, el benéfico dado por la facilidad de adquirí materia prima proveniente de la Unión Europea; con el fin de ser competitivos, optaron por la optimización de costos de producción, incremento en inversión para el desarrollo y mejora de productos, así como la reducción de márgenes de rentabilidad.

Finalmente el acuerdo, ayudó a combatir significativamente el contrabando, el etiquetado SIMAR y el etiquetado fiscal contribuyen al control fiscal de bebidas alcohólicas, así como al pago de impuestos.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los países requieren agruparse en grandes bloques comerciales para poder salir adelante con sus economías, en este sentido los acuerdos comerciales enmarcados en los Tratados Internacionales, son los instrumentos utilizados para dichos fines. Según, la Secretaria de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1995 concluyó que: “Los acuerdos regionales de integración y el sistema multilateral de comercio son complementarios para el logro de un comercio más abierto, al observar que los acuerdos regionales han permitido que grupos de países negocien normas y compromisos que van más allá de lo que era posible multilateralmente” (Organización Mundial del Comercio, 1995). Estos acuerdos de naturaleza abierta generan una mayor circulación de los capitales, promoviendo la inversión, creación de empresas y nuevas plazas de trabajo. Bajo este contexto uno de los Tratados materia de estudio es el Acuerdo Comercial con la Unión Europea.

En términos generales, el Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados miembros por una parte y por otra parte, Colombia, Perú y Ecuador; este último incluido a través de un Protocolo de Adhesión que fue publicado en los registros oficiales de edición especial Nro. 807 y 808 del 23 de diciembre de 2016, y entro en vigor el 1 de enero de 2017; el cual, “detalla el marco jurídico de las relaciones comerciales aplicable a ambas partes, así como la reducción asimétrica y gradual de aranceles en diversos productos y servicio entre los países miembros” (Registro Oficial, 2016). Para Ecuador, la entrada en vigor de este acuerdo representa un logro histórico en las relaciones bilaterales con la Unión Europea, ya que se abre los flujos comerciales entre ambas partes como socios igualitarios, ampliando las oportunidades de extender la oferta exportable a países miembros de la Unión Europea, en el mismo sentido el ingreso de productos importados desde los países miembros se verá incrementado como consecuencia del acuerdo.

El Acuerdo Comercial tiene la visión de atraer inversión, realizar transferencia de tecnología e innovación, así como promover el empleo y el desarrollo sostenible de las partes.

Respecto al efecto de la entrada en vigor el Acuerdo Comercial con la Unión Europea en el sector licorero del Ecuador, se realizó un análisis de los principales indicadores del sector como evolución de las importaciones, incidencia en ventas, evolución en recaudación tributaria en los periodos 2016, antes del entrada en vigor del acuerdo y los años 2017 y 2018, con la vigencia del acuerdo comercial, para ello se utilizó la información de fuentes oficiales como el Servicio de Rentas Internas SRI, SENA, Superintendencia de Compañías entre otras.

1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente Marco Teórico, se recogió de varias fuentes bibliográficas, bases teóricas, científicas y técnicas referentes al área de estudio, las cuales ayudaron al análisis y fundamentación de las variables de la presente investigación; que se refiere a un Análisis del Acuerdo Comercial con La Unión Europea referente al Sector Licorero enfocado en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay en el periodo 2016 - 2018

1.1 Conceptos fundamentales

A continuación se desarrollara los principales conceptos teóricos, como base del análisis del estudio de investigación:

Ilustración 1. Conceptos fundamentales

| | |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tratados | <ul style="list-style-type: none">•Internacionales•Constitución del Ecuador |
| Acuerdo Comercial con la Unión Europea y Ecuador | <ul style="list-style-type: none">• Unión Europea: objetivos, valores ambito Politico/Económico• Relaciones Comerciales Ecuador vs Unión Europea• Características, Objetivos, Obligaciones, cronograma del Acuerdo Comercial• Aplicación al Sector licorero |
| Norma Tributaria | <ul style="list-style-type: none">•IVA•ICE•Impuesto a la Renta |
| Herramientas tributarias | <ul style="list-style-type: none">•SIMAR•Evolucion del SIMAR |

Elaborado por: Milton Manotoa

1.2 Los tratados internacionales

Según, Carrillo Salcedo se entiende por “Tratado el acuerdo de voluntades realizado entre sujetos de Derecho Internacional dirigido a producir efectos jurídicos y regulado por dicho ordenamiento” (Carrillo Salcedo, 1992, págs. 105-106), “coinciden con este apartado autores como Virally Michael en su libro Fuentes del Derecho Internacional; Sorensen Max en Manual de Derecho Internacional Público y Diez De Velasco, en el Manuel Instituciones de Derecho Internacional Público” (Virally Michae, Sorence y Diez de Velasco, 1978-1984, págs. 135-136), es decir, se entiende que el vocablo tratado abarca todo acuerdo de voluntades, complejo o simplificado, cualquiera sea su procedimiento de celebración, modalidad o nomenclatura.

A través de la historia, los tratados han recibido diversas denominaciones, establecidas básicamente en función de sus diferencias formales. Miguel De La Lama cita como ejemplos los siguientes:

- **Modus Vivendi.-** acuerdos provisionales destinados a regir mientras se llega a un acuerdo definitivo
- **Protocolo.-** instrumentos aclaratorios o complementarios de un acuerdo principal.
- **Acta.-** instrumento en el que constan las resoluciones adoptadas en una conferencia internacional
- **Convención.-** acuerdos multilaterales adoptados en una conferencia internacional convocada especialmente para tal efecto
- **Concordato.-** acuerdos celebrados por la Santa Sede con el objeto de regular la situación jurídica de la Iglesia Católica en un determinado Estado.
- **Compromiso.-** instrumentos en los que consta la materia, las cuestiones a ser sometidas y las circunstancias de lugar, tiempo, idioma, de un procedimiento arbitral

- **Pacto.-** acuerdos que revisten una solemnidad especial
- **Arreglo.-** armisticio, en situaciones de conflicto bélico; entre otros (De La Lama, 1979, págs. 471-472).

En consecuencia el término tratado engloba todo acuerdo internacional (incluyendo los llamados convenios ejecutivos o *executive agreements* del medio anglosajón). Según el tratadista Jiménez de Aréchaga, Tratado es: “Toda concordancia de voluntades entre dos o más sujetos de derecho internacional destinada a producir efectos jurídicos; es decir, a crear, modificar o extinguir un derecho” (Jiménez de Aréchaga, 1990, pág. 16).

El concepto más aceptado por la comunidad internacional le define como: “Acuerdo formalmente pactado entre dos o más Estados y que tienden a la creación, modificación o extinción de los Derechos y Obligaciones recíprocas” (Jiménez Guerra, 2017).

Entonces, ¿Qué es un acuerdo comercial? La palabra acuerdo según Cabanellas es una manifestación de voluntad en la que dos o más personas naturales o jurídicas intervienen para llegar a un conceso sobre algún tema. Al hablar sobre el término comercial, se concreta mejor la idea, ya que un acuerdo comercial es el acuerdo de dos o más personas naturales o jurídicas para que tomen decisiones sobre el comercio que pueden generar entre ambas. Pero el concepto se complica cuando estos acuerdos comerciales son de carácter internacional y entre países. El juez italiano Anzilotti manifestaba en su tiempo: “Acto jurídico internacional es el acuerdo de voluntades de dos o más Estados a los que el Derecho Internacional atribuye efectos determinados” (Llanos Mansilla, 1995, pág. 59).

Un acuerdo comercial internacional, puede darse entre países o en el caso en concreto entre regiones integradas y países los cuales tienen fines, objetivos y resultados. Estos acuerdos comerciales de carácter internacional son decisiones que involucran a todo el pueblo de los países que participan en los acuerdos.

Las decisiones que se toman afectan a los ciudadanos para el desarrollo económico de los negocios que impulsan o emprenden, en sus presupuestos y en la mercadería que adquieren para poder negociarla dentro de los territorios.

En el caso Ecuatoriano, desde el 1 de enero de 2017, entro en vigor el Protocolo de Adhesión del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia, el Perú, y Ecuador por otra. Este Acuerdo inicial fue firmado entre la Unión Europea y los países de Perú y Colombia, luego Ecuador firmo el protocolo de Adhesión del Acuerdo Comercial; entendiéndose como protocolo de Adhesión como aquel instrumento aclaratorio o complementario del acuerdo principal.

Como antecedente se recoge las declaraciones del expresidente del Ecuador Rafael Correa, en el año 2016, publicada en el diario el comercio:

Qué bueno cerrar este año con la aprobación de Colombia y Perú para adherirnos al tratado con la Unión Europea", declaró el gobernante, quien admitió que será necesario agilizar los trámites pendientes para culminar la integración. Ese proceso toma normalmente 18 meses y "estamos un poquito tarde", declaró, "porque Colombia y Perú se demoraron a darnos el apoyo", por lo que "hay que hacer en 12 meses (antes de que venzan las preferencias arancelarias que otorga la Unión Europea) lo que usualmente toma 18", comentó. Correa confió en que, pese a ello, el pleno ingreso de Ecuador se produzca a tiempo. (El Comercio, 2015).

En este sentido, la decisión política de los gobernantes ya sea de uno u otro país, puede retardar el ingreso a una interesante oportunidad de cambio de una nación. Concluyendo esta declaración que "La ratificación del protocolo de adhesión deberá ser debatida por el Parlamento Europeo y, según un comunicado del Ministerio, la ratificación en ese órgano "podría producirse durante la segunda mitad del 2016". (El Comercio, 2015).

1.3 Los tratados internacionales en la constitución del Ecuador

Según el artículo 84 de la Constitución del Ecuador señala lo siguiente:

“La Asamblea Nacional y todo órgano con potestad normativa tendrá la obligación de adecuar, formal y materialmente, las leyes y demás normas jurídicas a los derechos previstos en la Constitución y los tratados internacionales, y los que sean necesarios para garantizar la dignidad del ser humano o de las comunidades, pueblos y nacionalidades. En ningún caso, la reforma de la Constitución, las leyes, otras normas jurídicas ni los actos del poder público atentarán contra los derechos que reconoce la Constitución”. (Constitución del Ecuador, 2008)

Se evidencia con este articulado de la constitución que los órganos con potestad normativa deben adecuar de manera formal y materialmente todas las leyes a los derechos previstos en la constitución y los tratados internacionales. Es decir si se firma un tratado internacional las normas internas deben ser adecuadas a lo que señala el tratado internacional.

Asimismo y en ese orden de ideas la constitución ha delimitado a través de su artículo 417 lo siguiente:

Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución (Constitución del Ecuador, 2008).

Para la aplicación de los tratados se tienen que adecuar las normas internas, pero siempre respetando la Constitución del Ecuador. Manifestando esto en el artículo 424 de la referida Constitución:

La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica. Y por último se constata en la jerarquía propuesta por la constitución del Ecuador en su artículo 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos” (Constitución del Ecuador, 2008).

Concluyendo que los tratados deben estar supeditados a la Constitución pero sobre las normas y leyes del Ecuador.

Es así que en el artículo 120 de la Constitución del Ecuador señala que “La Asamblea Nacional tendrá las siguientes atribuciones y deberes, además de las que determine la ley: 4. Crear, modificar o suprimir tributos mediante ley, sin menoscabo de las atribuciones conferidas a los gobiernos autónomos descentralizados” (Constitución del Ecuador, 2008) .

Por lo cual, para la firma del tratado la Asamblea Nacional del Ecuador tienen que modificar los tributos que vayan en contra de lo que se haya acordado con la otra parte del acuerdo.

Hay que tomar en consideración respecto a la firma de tratados internacionales a lo señalado en el artículo 165 de la constitución el cual señala:

Durante el estado de excepción la Presidenta o Presidente de la República únicamente podrá suspender o limitar el ejercicio del derecho a la inviolabilidad de domicilio, inviolabilidad de correspondencia, libertad de tránsito, libertad de asociación y reunión, y libertad de información, en los términos que señala la Constitución. Declarado el estado de excepción, la Presidenta o Presidente de la República podrá: 1. Decretar la recaudación anticipada de tributos (Constitución del Ecuador, 2008).

Lo que evidencia una limitación ante una posible calamidad, tal fue el caso del terremoto de Manta en el 2016.

Bajo este contexto el protocolo de Adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial con la Unión Europea, tiene los mismos efectos que un tratado internacional y las mismas consecuencias jurídicas.

1.4 Acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador

La adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial con la Unión Europea, constituye un hito importante para el desarrollo del comercio recíproco entre las partes, así como el incremento de la inversión de los países miembros, todo ello, bajo un marco jurídico estable para el comercio de bienes, servicios, compras públicas, e inversiones. Este acuerdo se traduce en la liberación parcial o total de aranceles de forma gradual en un periodo de tiempo establecido, además que se implementa medidas que faciliten el comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, entre otros.

Para Ecuador, es el primer acuerdo comercial con un socio fuera América del Sur, y es el tercer país andino en adherirse a este Acuerdo Comercial con Unión Europea, ya que en primera instancia lo realizaron Colombia y el Perú en el año 2013, mencionado acuerdo entró en vigencia en el país, el 1 de enero del 2017.

El objetivo primordial para Ecuador es el incremento de las exportaciones tanto de productos tradicionales, como no tradicionales, ampliando la gama de oferta exportable hacia los países que integran la Unión Europea, en virtud de estimular el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), y a su vez atraer inversiones europeas al país.

Este Acuerdo Comercial, toma como base la economía de cada país y su desarrollo productivo, bajo un principio de asimetría, que no es más que un trato especial y diferenciado en virtud de reconocer las economías en condiciones desiguales entre las partes, Según la Organización Mundial del Comercio (OMC) en la Ronda de Uruguay

Se modificó el énfasis en el tratamiento de especial y diferenciado, dejando de ser un principio genérico para lograr el desarrollo económico y se transformó en una manera de obtener mayor flexibilidad y plazos más largos para el cumplimiento de las obligaciones específicas y determinadas de la normativa multilateral, acompañados de cooperación técnica por parte de los países desarrollados y de desempeño por parte de los países en vías de desarrollo (Organización Mundial del Comercio, 1986).

Bajo este contexto, se acordaron periodos de transición más largos en determinados productos de importación desde la Unión Europea, que para Ecuador, representan sectores estratégicos como Textiles, lácteos, maquinaria y automotriz, entre otros, con una “desgravación gradual de aranceles desde 5 hasta 17 años, es así que, al momento de entrada en vigor del Acuerdo Comercial, quedo liberado en un 95% de las líneas arancelarias por parte de la Unión Europea y alrededor del 60% por parte de Ecuador”

(Publicación de la Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017), lo que implica para Ecuador un respiro en plazo y una oportunidad para el desarrollo y la innovación.

Cabe resaltar que Ecuador durante los años 2015 y 2016, gozó de un régimen especial de preferencias arancelarias (SPG+), lo que facilitó la transición hacia el Acuerdo Comercial, con un marco jurídico permanente.

A continuación, para un mejor entendimiento, en la aplicación del Acuerdo Comercial, se realiza un detalle general de las partes firmantes: Unión Europea y Ecuador.

1.5.1 Unión Europea. Después de la Segunda Guerra Mundial, nació la idea de impulsar la cooperación económica, algunos países europeos vieron la necesidad de trabajar juntos, y disminuir la posibilidad de conflictos, es así, que se surgió los primeros pasos de lo que hoy en día se conoce como la Unión Europea.

Al inicio, en 1957 se creó, la Comunidad Económica Europea (CEE), que establecía una cooperación económica cada vez más estrecha entre seis países; Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos, con el tiempo se han unido a ellos otros 22 estados, es decir, lo que comenzó como una unión meramente económica ha evolucionado hasta convertirse en una integración regional activa en todos los frentes políticos, desde el clima, medio ambiente, salud, relaciones exteriores, hasta la seguridad, migración y justicia.” El cambio de nombre de Comunidad Económica Europea (CEE) a Unión Europea (UE), en 1993, no hizo sino reflejar esta transformación.” (Unión Europea, 2018).

Este proceso de integración regional, denominado Unión Europea, cuenta con 28 (UE28) países miembros; sin embargo,

El 29 de marzo de 2017, el Reino Unido presentó una notificación formal de conformidad con el artículo 50 del Tratado de la Unión Europea de su intención de

abandonar la Unión Europea, es así que, el 30 de marzo de 2019 fue aceptada su solicitud y en espera de votación por los 27 países miembros” (Unión Europea, 2018), prevista para junio de 2019.

A pesar de este proceso de transición el Reino Unido sigue formando parte de la Unión Europea con todos los derechos y obligaciones. La Unión Europea abarca gran parte del continente, siendo este, uno de los mercados más grandes del mundo y de importantes inversiones. Esta asociación económica y política única con sede en Bruselas, se caracteriza por mantener la soberanía e independencia de sus estados miembros, sin embargo en su accionar de objetivos y valores comunes han decidido poner parte de su soberanía en temas de interés y beneficio común.

La toma de decisiones se la realiza a través de delegaciones decisorias que se desempeñan en Instituciones comunes creadas para este fin, dichas decisiones son específicas, de interés común y a nivel democrático, en particular las siguientes:

- **El Parlamento Europeo**, que representa a los ciudadanos de la Unión Europea y es elegido directamente por ellos;
- **El Consejo Europeo**, compuesto por los jefes de Estado o de Gobierno de los Estados miembros de la Unión Europea;
- **El Consejo**, que representa a los Gobiernos de los Estados miembros de la Unión Europea;
- **La Comisión Europea**, que representa los intereses de la Unión Europea en su conjunto. (Unión Europea, 2018)

Estas instituciones comunes creadas justamente para dar viabilidad, agilidad y democratización a la hora de tomar decisiones en los ámbitos de interés de los estados miembros, reflejando una transparencia en su accionar, apegado al marco jurídico regulatorio. En la práctica la “Comisión Europea, es quien propone nuevas legislaciones, regulaciones de interés y beneficios para los estados miembros; el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea los adoptan y los estados miembros las aplican en el campo de sus competencias ” (Unión Europea, 2018)

Los Estados miembros que conforman en la actualidad la Unión Europea son los siguientes:

Tabla 1. Países miembros de la Unión Europea

| País | Capital | Lengua | Miembro Desde | Moneda | Población | % |
|--------------------------------------|------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------|--------|
| Alemania | Berlín | alemán | desde el 1 de enero de 1958 | euro | 81.197.537 | 15,97% |
| Austria | Viena | alemán | desde el 1 de enero de 1995 | euro | 8.576.261 | 1,93% |
| Bélgica | Bruselas | alemán, francés y neerlandés | desde el 1 de enero de 1958 | euro | 11.258.434 | 2,21% |
| Bulgaria | Sofía | búlgaro | desde el 1 de enero de 2007 | lev búlgaro | 7.202.198 | 1,42% |
| Chipre | Nicosia | griego | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 847.008 | 0,17% |
| Croacia | Zagreb | croata | desde el 1 de julio de 2013 | kuna (HRK) | 4.225.316 | 0,83% |
| Dinamarca | Copenhague | danés | desde el 1 de enero de 1973 Exclusión voluntaria del euro | corona danesa (DKK) | 5.659.715 | 1,11% |
| Eslovaquia | Bratislava | eslovaco | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 5.421.349 | 1,07% |
| Eslovenia | Liubliana | esloveno | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 2.062.874 | 0,41% |
| España | Madrid | español | desde el 1 de enero de 1986 | euro | 46.449.565 | 9,14% |
| Estonia | Tallin | estonio | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 1.313.271 | 0,26% |
| Finlandia | Helsinki | finés, sueco | desde el 1 de enero de 1995 | euro | 5.471.753 | 1,08% |
| Francia | París | Francés | desde el 1 de enero de 1958 | euro | 66.415.161 | 13,06% |
| Grecia | Atenas | griego | desde el 1 de enero de 1981 | euro | 10.858.018 | 2,14% |
| Hungría | Budapest | húngaro | desde el 1 de mayo de 2004 | forinto (HUF) | 9.855.571 | 1,94% |
| Irlanda | Dublín | irlandés e inglés | desde el 1 de enero de 1973 | euro | 4.628.949 | 0,91% |
| Italia | Roma | italiano | desde el 1 de enero de 1958 | euro | 60.795.612 | 11,96% |
| Letonia | Riga | letón | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 1.986.096 | 0,39% |
| Lituania | Vilna | lituano | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 2.921.262 | 0,57% |
| Luxemburgo | Luxemburgo | francés y alemán | desde el 1 de enero de 1958 | euro | 562.958 | 0,11% |
| Malta | La Valeta | maltés, inglés | desde el 1 de mayo de 2004 | euro | 429.344 | 0,08% |
| Países Bajos | Ámsterdam | neerlandés | desde el 1 de enero de 1958 | euro | 16.900.726 | 3,32% |
| Polonia | Varsovia | polaco | desde el 1 de mayo de 2004 | esloti | 38.005.614 | 7,47% |
| Portugal | Lisboa | Portugués | desde el 1 de enero de 1986 | euro | 10.374.822 | 2,04% |
| República Checa | Praga | checo | desde el 1 de mayo de 2004 | corona checa (CZK) | 10.538.275 | 2,07% |
| Rumanía | Bucarest | rumano | desde el 1 de enero de 2007 | leu (RON) | 19.870.647 | 3,91% |
| Reino Unido | Londres | ingles | Desde el 1 de enero de 1973 Exclusión voluntaria del euro | Libra esterlina | 64.875.165 | 12,76% |
| Suecia | Estocolmo | sueco | desde el 1 de enero de 1995 | corona | 9.747.355 | 1,92% |
| Población Unión Europea total | | | | | 508.450.856 | 100% |

Fuente: Unión Europea, (UE28)**Elaborado por:** Milton Manotoa

Esta integración regional de 28 Estados miembros (UE28), cuenta con una población de más de 500 millones de habitantes, ha conseguido con el transcurso del tiempo,

La paz, la estabilidad y la prosperidad, ha contribuido a elevar el nivel de vida de su población y ha logrado implementar una moneda única en europea: el euro; utilizada en 19 países de los 28 estados miembros, lo que representa a más de 340 millones de ciudadanos, que actualmente disfrutan de la moneda única y sus beneficios (Unión Europea, 2018).

Los países que conforman la eurozona son: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Portugal.

Además existen países que actualmente no utilizan el euro como moneda única, debido a que no reúnen las condiciones necesarias, pero existe el compromiso de hacerlo con el tiempo, entre los cuales tenemos a: Bulgaria, Croacia, Hungría, Polonia, República Checa, Rumanía y Suecia. Cabe indicar que:

Ocasionalmente, los Estados miembros pueden negociar una cláusula de exclusión voluntaria de la legislación o los tratados de la Unión Europea y decidir no participar en determinados ámbitos políticos, es el caso, de Dinamarca y Reino Unido, que optaron por mantener su moneda nacional tras su adhesión a la Unión Europea (Unión Europea, 2018).

Adicionalmente, 22 países integran el espacio Schengen. El cual fue firmado 1985 en la localidad de Schengen – Luxemburgo, es uno de los acuerdos fundamentales de la Unión Europea, el cual brinda la posibilidad de viajar por los países miembros de la Unión Europea sin controles fronterizos, fortaleciendo la libre circulación de las personas. Es decir, se concibe a los integrantes de la Unión Europea como un único

Estado. También se han sumado otras naciones, como Islandia, Noruega, Suiza y Liechtenstein. El tratado beneficia tanto a ciudadanos de la Unión europea como a los que no lo son, ya que si se posee un visado Schengen pueden desplazarse libremente por este espacio.

1.5.1.1 Objetivos de la Unión Europea. Los objetivos, que dirigen el accionar de la Unión Europea son:

- Promover la paz, sus valores y el bienestar de sus ciudadanos;
- Ofrecer libertad. Seguridad y justicia sin fronteras interiores;
- Favorecer un desarrollo sostenible basado en un crecimiento económico equilibrado y en la estabilidad de los precios, una economía de mercado altamente competitiva con pleno empleo y progreso social y la protección del medio ambiente;
- Combatir la exclusión social y la discriminación;
- Promover el progreso científico y tecnológico;
- Reforzar la cohesión económica, social y territorial y la solidaridad entre los Estados miembros;
- Respetar la riqueza de su diversidad cultural y lingüística;
- Establecer una unión económica y monetaria con el euro como moneda (Unión Europea, 2018).

En el marco de sus objetivos la Unión Europea establece su hoja de ruta de acción para el cumplimiento de los mismos, a través de tratados que son aprobados voluntariamente y democráticamente por sus Estados miembros, así como normas aplicables y la toma de decisiones. En este sentido, la Unión Europea busca fortalecer en el bien común de los países miembros y apoyar el desarrollo de países de menor condición; esta nueva visión de integración después de una guerra que devastó Europa es un cambio hacia el progreso de la humanidad, siendo la herramienta principal los acuerdos de carácter comercial

1.5.1.2 Valores de la Unión Europea. La Unión Europea detalla los valores que son pilares fundamental en su accionar y al cumplimiento de sus objetivos, “valores que forma parte de la vida cotidiana europea, están basados en la inclusión, la tolerancia, la justicia, la solidaridad y la no discriminación” (Unión Europea, 2018), a continuación se detallan los siguientes:

Dignidad humana: La dignidad humana es inviolable, debe ser respetada, protegida y constituye la auténtica base de los derechos fundamentales.

Libertad: La libertad de circulación otorga a los ciudadanos el derecho a circular y residir libremente dentro de la Unión. Las libertades individuales, como el respeto de la vida privada, la libertad de pensamiento, de religión, de reunión, de expresión y de información, están protegidas por la Carta de los Derechos Humanos Fundamentales de la Unión Europea.

Democracia: El funcionamiento de la Unión Europea se basa en la democracia representativa. Ser ciudadano europeo significa también gozar de derechos políticos. Todos los ciudadanos adultos de la Unión Europea tienen derecho a votar y a presentarse como candidatos en las elecciones al Parlamento Europeo. Los ciudadanos de la Unión Europea tienen derecho de sufragio activo y pasivo en su país de residencia o en su país de origen.

Igualdad: La igualdad significa que todos los ciudadanos tienen los mismos derechos ante la ley. El principio de igualdad entre los hombres y mujeres sustenta todas las políticas europeas y es la base de la integración europea. Se aplica en todos los ámbitos. El principio de igualdad de retribución por un trabajo igual se introdujo en el tratado de 1957. Aunque sigue habiendo desigualdades, la Unión Europea ha logrado avances considerables.

Estado de derecho: La Unión Europea se basa en el Estado de Derecho. Todas sus actividades se rigen por los tratados, acordados voluntaria y democráticamente por los países miembros. El Derecho y la justicia son defendidos por un poder judicial independiente. Los países miembros han conferido al Tribunal Europeo de Justicia la competencia de pronunciarse de manera definitiva y sus sentencias han de ser respetadas por todos.

Derechos humanos: La carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea protege los derechos humanos, entre ellos el derecho a no sufrir discriminación por razón de sexo, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual, el derecho a la protección de los datos personales, y el derecho de acceso a la justicia (Unión Europea, 2018).

El detalle de objetivos y valores encaminado el ser humano, a su dignidad y al respeto de sus derechos en todos los sentidos, a proteger su integridad, seguridad y empoderar su libertad, todo ello, encaminados a un mejor estilo de vida en los territorios miembros de la Unión Europea. Dichos objetivos y valores constituyen la base fundamental de la Unión Europea y se establecen en el tratado de Lisboa y en la carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

1.5.1.3 Ámbito político la de Unión Europea. El accionar político de la Unión Europea se resume en el desarrollo de 35 pilares fundamentales en los cuales dirige sus esfuerzos tanto humanos como presupuestarios que a continuación se enumeran:

Tabla 2. Políticas de la Unión Europea

| Desarrollo de políticas Unión Europea | |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1 Economía, finanzas y el euro | 19 Política europea de vecindad |
| 2 Mercado único | 20 Acción por el clima |
| 3 Economía y sociedad digitales | 21 Medio ambiente |
| 4 Empresa e industria | 22 Energía |
| 5 Comercio | 23 Ayuda humanitaria y protección civil |
| 6 Aduanas | 24 Justicia y derechos fundamentales |
| 7 Consumidores | 25 Salud pública |
| 8 Competencia | 26 Seguridad alimentaria |
| 9 Investigación e innovación | 27 Servicios bancarios y financieros |
| 10 Política regional | 28 Política exterior y de seguridad |
| 11 Política de empleo y asuntos sociales | 29 Cooperación internacional y desarrollo |
| 12 Educación y formación | 30 Fiscalidad |
| 13 Fronteras y seguridad | 31 Cultura y medios de comunicación |
| 14 Migración y asilo | 32 Juventud |
| 15 Transporte | 33 Deporte |
| 16 Agricultura y desarrollo rural | 34 Presupuesto |
| 17 Asuntos marítimos y pesca | 35 Prevención del fraude |
| 18 Ampliación de la Unión Europea | |

Fuente: Unión Europea, 2018

Elaborado por: Milton Manotoa

En virtud de tener un mayor entendimiento sobre el accionar en el desarrollo de políticas públicas de la Unión Europea, y que tengan relación con el tema de estudio, se describe a breves rasgos las políticas que atañe a esta investigación.

Economía finanzas y el euro.- La unión económica y monetaria y el euro proporcionan la base común para una mayor estabilidad, crecimiento y prosperidad en toda Europa, una política monetaria común, el euro es una poderosa herramienta, que genera empleo, fortalece la estabilidad macroeconómica y fiscal, favorecer a la inversión, justicia integral y fomentar la estabilidad más allá de la EU (Economía y euro, 2018).

Mercado único.- Es uno de los mayores logros de la Unión Europea, que fomenta el crecimiento y el empleo, facilitando la vida cotidiana de las personas y las empresas, es decir las personas, los bienes, los servicios y los capitales pueden circular casi tan libremente como si se tratara de un país único. Los ciudadanos pueden vivir, estudiar, trabajar y jubilarse en cualquier país de la UE (Mercado Unico, 2018).

Economía y sociedad digitales.- De igual manera existe el mercado único digital, que pretende abrir oportunidades para los ciudadanos y empresas, haciendo de la Unión Europea líder mundial en la economía digital, cada vez más productos y servicios en línea están disponibles, a pesar que aún tienen obstáculos ya sea por aplicación de tarifas y el bloqueo geográfico, hasta la falta de acceso a internet o de competencias digitales, sin embargo, la idea es transformar a 27 mercados nacionales a una zona sin fronteras donde las personas puedan interactuar de forma legal, segura y accesible, para ello se han tomado medidas como abolición de tarifas de itinerancia, protección de datos personales, mejor conexión a internet, control contra los ciberataque (Mercado Unico, 2018).

Empresa e industria.- En virtud de aumentar la competitividad de la industria, las empresas y fomentar el empleo mediante un entorno de estabilidad favorable al

crecimiento de las empresas, orientadas a mejorar el entorno empresarial y el emprendimiento, facilidades de financiamiento, en especial a las pymes que representan el 99% de todas las empresas en Unión Europea, y proporcionan dos tercios de los empleos en el sector privado, en este sentido los acuerdos comerciales buscan abrir mercados y evitar la competencia desleal, todo ello, basados en fortalecer la industria más limpia, promover la innovación, potenciar a la pequeña empresa y maximizar los beneficios (Empresa e Industria, 2018).

Comercio.- La Unión Europea es la mayor potencia comercial y una de las economías más abiertas del mundo, en este sentido, es defensora del libre comercio, y lucha para defender la apertura de los mercados, la igualdad de condiciones y unas normas internacionales más estrictas, la Unión Europea tiene competencia exclusiva para legislar y celebrar acuerdos comerciales internacionales en los ámbitos cubiertos por la política común, sobre la base de las normas de la Organización Mundial del Comercio, en nombre de sus Estados miembros. La Unión Europea tiene 67 acuerdos comerciales en vigor con socios de todo el mundo, las negociaciones comerciales se gestionan con transparencia, publicando de forma sistemática los textos de la negociación, informes al Parlamento Europeo y a los Estados miembros. (Comercio, , 2018).

Aduanas.- La unión aduanera de la Unión Europea significa que todos los Estados miembros colaboran para garantizar que las mercancías importadas en la Unión Europea, circulen libremente y que son seguras para las personas, los animales y el medio ambiente, esto implica que los países participantes aplican las mismas tarifas a las mercancías importadas en su territorio procedentes del resto del mundo y que no aplican tarifas diferentes en su interior, esto significa que no deben pagar derechos de aduana cuando las mercancías se transportan de un Estado miembro a otro. La política aduanera es una de las pocas competencias exclusivas de la Unión Europea, la comisión europea propone legislaciones sobre asuntos aduaneros de la Unión Europea y garantiza su aplicación. En la práctica son 28 servicios aduaneros nacionales, que trabajan como si fuera uno solo, para las empresas, una vez despachada las mercancías por las autoridades aduanaras pueden circular libremente

o venderse a cualquier punto dentro del territorio aduanero de la Unión Europea. (Política Aduanera, 2018).

Es así que política aduanera se centra en garantizar que todos sus Estados miembros colaboren de manera eficaz dentro de la unión aduanera, a su vez proponer legislaciones y procedimientos para mejorar la seguridad y protección de los ciudadanos, propiciar el intercambio de información útil para las autoridades aduaneras, así como asegurar que los productos puedan circular libremente en el mercado único (Política Aduanera, 2018).

Consumidores.- La política de los consumidores de la Unión Europea, protege a los derechos de los consumidores, garantiza la seguridad de los productos, ayudan a las personas a elegir con conocimiento de causa en el momento de la compra de bienes y servicios y proporciona herramientas para resolver problemas. El mercado único de la Unión Europea, ofrece a los consumidores el acceso a una mayor oferta, flexibilidad, calidad y mejor relación calidad – precio, en este sentido la política de los consumidores vela por el respeto de los derechos si surge algún problema durante la compra de bienes y servicios incluso las compras a través de internet, con el fin de aumentar la confianza de los consumidores en toda la Unión Europea. (Consumidores Unión Europea, 2018).

Competencia.- Las normas de competencia de la Unión Europea, tienen por objeto garantizar que todas las empresas compitan entre sí de forma equitativa e igualitaria en el mercado único en beneficio de los consumidores, las empresas y la economía europea en su conjunto. Las autoridades de competencia, tribunales nacionales y la comisión Europea, aplica la política de competencia que impulsa constantemente a las empresas a ofrecer una variedad de productos a los mejores precios posibles ya que el consumidor puede elegir ampliamente en un mercado libre, las empresas tienen que competir en beneficio de los consumidores, en tal sentido, las comisión supervisa los acuerdos entre las empresas para restringir la competencia, los abusos de posición dominante, enfatiza los esfuerzos para abrir los mercados a la

competencia, y el trabajo conjunto con las autoridades nacionales de competencia de los países miembros (Competencia, 2018).

Investigación e innovación.- Para la Unión Europea la investigación e innovación son esenciales para el crecimiento económico y la mejora de calidad de vida de la sociedad, a través del impulso al empleo, la inversión y desafíos de largo plazo como la salud, el cambio climático, y la energía, todo ello con el objetivo de facilitar la convivencia, por lo cual se ha destinado 77000 millones de euros a través del programa Horizonte 2020, con el fin de financiar ideas para convertirlos en productos de éxito e innovación. Dentro de su accionar se propone impulsar la excelencia científica a través de la formación y desarrollo de carreras de investigación en el marco de Marie Sklodowska-curie; promover el liderazgo industrial en ámbitos de biotecnología, nanotecnologías con la empresa y emprendimientos, superar retos como salud, transporte, energía, lucha contra el cambio climático, seguridad y libertad (Investigacion e innovacion, 2018).

Política regional.- Abarca a todas las regiones y ciudades de la Unión europea con el fin de apoyar la creación de empleo, la competitividad empresarial, el crecimiento económico y el desarrollo sostenible, y mejor calidad de vida especialmente dirigida a los países menos desarrollados de su integración a los cuales se dedica la mayor parte de financiamiento, con el fin de reducir disparidades económicas, sociales y territoriales; mediante los programas Interreg, la política regional presta atención a las regiones fronterizas, en las cuales se desarrolla la cooperación desde el diseño, gestión, seguimiento y evaluación de los programas (Política Regional, 2018).

Política de empleo y asuntos sociales.- Con el afán de crear más y mejores puestos de trabajo en toda la Unión Europea, se ha propuesto lograr unos niveles sociales dignos mediante los 86.400 millones de euros del fondo social europeo, los Estados miembros comparte responsabilidad de las políticas de empleo y asuntos sociales, siendo esta su máxima prioridad (Empleo y asuntos sociales, 2018).

Educación y formación.- La formación es prioridad en la Unión Europea, mejorar la calidad de la educación fomentando la cooperación entre Estados miembros a través del programa Erasmus+, brinda oportunidades a personas de todas las edades en especial para los jóvenes para estudiar, ganar experiencia y ejercer como voluntarios en el extranjero (Educación y formación, 2018).

Fronteras y seguridad.- Unión Europea trabaja para establecer una unión de seguridad, gracias a la lucha contra el terrorismo y la delincuencia y al refuerzo de fronteras exteriores de Europa, con la intención de ofrecer a sus ciudadanos un espacio de libertad, seguridad y justicia con la colaboración de sus Estados miembros en el combate al terrorismo y radicalizar la violencia a través de medidas como el intercambio de información, cooperación operativa e intercambio de mejores prácticas, formación, financiación e innovación (Seguridad Unión Europea, 2018).

Migración y asilo.- La política común en este contexto hace frente de manera eficaz a los retos de migración en los territorios de países miembros. Más de 3.2 millones de refugiados han solicitado protección internacional en la Unión Europea desde 2015, muchos de ellos huyendo de la guerra y el terror en Siria y en otros países en conflicto; en este sentido la Unión Europea, ha destinado más de 10.000 millones de euros para hacer frente, a través de proyectos y programas que aborden las necesidades humanas de los refugiados (Migración, 2018).

1.5.1.4 Entorno económico de la Unión Europea. Desde su fundación en 1957 con el nombre de Comunidad Económica Europea (CEE), y posteriormente en 1993 como Unión Europea, se ha convertido en uno de los mercados más importantes a nivel mundial, con aproximadamente 500 millones de habitantes, dentro de su territorio, cuenta con la fortaleza de mantener un Mercado Único y de libre circulación entre sus Estados miembros, así como, el Euro como moneda única, a ello hay que añadir la fuerte estructura orgánica enmarcada en objetivos y valores comunes a favor de sus miembros,

y la transparencia a la hora de toma de decisiones en base a la democracia a través de sus delegados en apeados al marco jurídico establecido.

Cabe anotar que la política económica integral de la Unión Europea se enmarca en el impulso a la creación de empleos, mejorar la calidad de vida, y crecimiento de sus Estados miembros, la optimización de sus recursos financieros, y el fortalecimiento de la inversión y asistencia técnica compartida.

Bajo este contexto, a continuación se detallan sus principales cifras:

Población.- “A julio de 2017, 516.195.432 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional anual de 0.23% que incluye UE28”. (Unión Europea, 2018).

Tasa de desempleo.- “Para el año 2015 cerró con 9.24% de tasa de desempleo” (Unión Europea, 2018).

Producto interno bruto.- “El PIB (bienes y servicios producidos) de la Unión Europea en el año 2017 alcanzó los 17,3 billones de euros” (Banco Mundial, 2017), lo que conlleva a ser una de las economías más grandes del mundo conjuntamente con Norte América y Asia.

Según documento sobre previsiones económicas de 2018 de la Unión Europea,

Se prevé que el crecimiento en la zona del euro disminuyo desde el 2.4% en el 2017, al 2.1% en 2018 hasta llegar al 1.9% en el 2019 y 1.7% en 2020, el mismo patrón se observara en la Unión Europea con un crecimiento del 2.2% en 2018, el 2.0% en 2019 y 1.9% 2020 (Proyección de crecimiento Unión Europea, 2018).

A pesar de observarse una disminución del crecimiento de los años venideros, la Unión Europea sigue siendo una economía de grandes fortalezas comerciales por su mercado único, elevado consumo interior de sus territorios que es atractiva para las inversiones.

Valdis Dombrovskis, vicepresidente responsable del Euro y Dialogo social declara:

Está previsto que todas las economías de la Unión Europea crezcan este año y el próximo, lo que permitirá crear más puestos de trabajo. No obstante, la incertidumbre y los riesgos, tanto interiores como exteriores, van en aumento y empiezan a repercutir en el ritmo de la actividad económica. Debemos permanecer alerta y trabajar más duro por reforzar la resiliencia de las economías europeas. A escala de la Unión Europea, esto significa tomar decisiones concretas sobre un mayor refuerzo de la Unión Económica y Monetaria europea. A escala nacional, la justificación es aún mayor para crear reservas presupuestarias y reducir la deuda, al tiempo que se vela por que los beneficios del crecimiento los noten también los miembros más vulnerables de la sociedad (Proyección de crecimiento Unión Europea, 2018).

Comercio.- “El 64% del comercio de la Unión Europea se lo realiza entre los países miembros de la Unión Europea” (Unión Europea, 2018). A pesar de ser un gran porcentaje de comercio interno, un 36% restante brinda la posibilidad de ingresar con producción ecuatoriana acorde a las necesidades y normas de este mercado integral de países europeos. “El Comercio de la Unión Europea, en comparación con el resto del mundo representa aproximadamente un 15,6% de las importaciones y exportaciones mundiales, es decir, que es el tercer actor mundial del comercio internacional junto con Estados Unidos y China” (Unión Europea, 2018). Razón por lo cual representa una enorme oportunidad y de gran importancia para el Ecuador el acuerdo comercial multipartes.

A continuación se presenta los diez principales países con los que la Unión Europea realizó sus importaciones y exportaciones en el año 2018:

Tabla 3. Comercio de la Unión Europea

| EU importa desde | millones de euros | % | EU exporta a | millones de euro | % |
|-------------------------|-------------------|-------------|----------------------|------------------|-------------|
| Total Import. | 1.980.361 | 100% | Total Export. | 1.955.746 | 100% |
| China | 394.698 | 19,9 | China | 406.372 | 20,8 |
| USA | 267.270 | 13,5 | USA | 209.906 | 10,7 |
| Rusia | 168.280 | 8,5 | Suiza | 156.484 | 8,0 |
| Suiza | 108.980 | 5,5 | Rusia | 85.263 | 4,4 |
| Noruega | 83.837 | 4,2 | Turquía | 77.270 | 4,0 |
| Turquía | 76.139 | 3,8 | Japón | 64.754 | 3,3 |
| Japón | 70.471 | 3,6 | Noruega | 53.867 | 2,8 |
| Corea del Sur | 51.089 | 2,6 | Corea del sur | 49.250 | 2,5 |
| India | 45.827 | 2,3 | India | 45.702 | 2,3 |
| Vietnam | 38.157 | 1,9 | Canadá | 41.355 | 2,1 |

Fuente: Unión Europea 2018

Elaborado por: Milton Manotoa

Según datos obtenido de la página oficial de la Unión Europea, sobre las importaciones y exportaciones (no petroleras) en el año 2018 (extra EU28), llegan a 3.936.107 millones de euros , de los cuales, 1.980.361 millones de euros corresponde a importaciones y 1.955.746 millones de euros a exportaciones , siendo China el principal socio comercial de la Unión Europea, ya que se realizó el 19.9% del total de importaciones desde esa país y 20,8% corresponde a Exportaciones al mismo país; seguido de Estados Unidos con el 13.5% del total de importaciones y exporto el 10.7% hacia este país, Rusia ocupa el tercer lugar al que la UE realizó importaciones con el 8.5% del total de importaciones y Suiza para el caso de exportaciones con 85% del total de sus exportaciones.

Importación & exportaciones por grupo de productos. Para el año 2017, el comportamiento por grupo de productos se detalla a continuación:

Tabla 4. Importaciones y exportaciones por grupo de productos de la UE-2017

| Detalle | (millones EUR) | (%) |
|----------------------------------------------|-----------------------|--------------|
| Exportaciones | | |
| Total | 1.878,8 | 100,0 |
| Alimentos, bebidas y tabaco. | 121,7 | 6,5 |
| Materias primas | 49,8 | 2,6 |
| Combustibles minerales, lubricantes | 98,5 | 5,2 |
| Productos químicos y productos relacionados. | 332,9 | 17,7 |
| Otros productos manufacturados | 424,4 | 22,6 |
| Maquinaria y equipos de transporte | 792,8 | 42,2 |
| Importaciones | | |
| Total | 1.855,9 | 100,0 |
| Alimentos, bebidas y tabaco. | 112,0 | 6,0 |
| Materias primas | 78,0 | 4,2 |
| Combustibles minerales, lubricantes | 338,5 | 18,2 |
| Productos químicos y productos relacionados | 194,0 | 10,5 |
| Otros productos manufacturados | 475,9 | 25,6 |
| Maquinaria y equipos de transporte | 592,7 | 31,9 |

Fuente: Unión Europea 2017

Elaborado por: Milton Manotoa

Las exportaciones en el año 2017 de la Unión Europea, fueron un 42.2% del total de exportaciones, en el grupo de productos de maquinaria y equipos de transporte, seguido de 22.6% de otros productos de manufacturados y en tercer lugar con 17.7% en productos químicos y productos relacionados.

En cuanto a las importaciones, con el 31.9% en maquinaria y equipos de transporte, seguido del 25.6% otros productos manufacturados, y en tercer lugar con el 18.2% en combustibles minerales y lubricantes.

Para el año 2018, se espera similar comportamiento en volumen de exportaciones e importaciones de la Unión Europea por grupo de productos.

1.5.2 Ecuador. Ecuador, un país en vías de desarrollo, ubicado en la línea ecuatorial, en la costa oeste de Sur América, poseedor de hermosos y diverso territorio que abarcan Costa, Sierra y Amazonía, así como las Islas Galápagos; Territorios reconocidos a nivel mundial por su diversidad de flora y fauna.

1.5.2.1 Entorno económico de Ecuador. A continuación se presentan algunos indicadores importantes en cuanto al entorno económico de Ecuador.

Población. – “La proyección de población de Ecuador a diciembre de 2019, según cifras del INEC, llegaría a 17.267.986 habitantes a lo largo del territorio ecuatoriano, con una tasa de crecimiento poblacional del 1.5%” (INEC, 2019).

Tasa de desempleo.- Según datos del INEC 2018, sobre el mercado laboral, se evidencia una “disminución en cuanto del empleo pleno/adequado llegando a 40.6% en diciembre de 2018, respecto al 42.3% reportado en diciembre de 2017, por otro lado el subempleo e informalidad se incrementó al 55.3% en diciembre de 2018” (INEC, 2019).

Producto interno bruto.- Según cifras del Banco Central, en el año 2018, “alcanzo 108.398 millones de dólares, con un crecimiento 1.4% anual” (Banco Central del Ecuador, 2018)

Relaciones comerciales entre la Unión Europea y Ecuador.- desde la visión de Unión Europea Ecuador,

Ocupa el puesto 56 de los países a los que la Unión Europea importa productos con un monto de 3.032 millones de euros que representa el 0.2% del total de importaciones de la Unión Europea, en cuanto a exportaciones se encuentra en el puesto 66, con 2.353 millones de euros, lo que representa el 0.1% del total de sus exportaciones (Importaciones & Exportaciones Unión Europea, 2018).

Al realizar un desagregado, por grupo de productos importados y exportados de la Unión Europea a Ecuador en el año 2018, se presentan los siguientes datos:

Tabla 5. Por grupo de productos importados y exportados de la Unión Europea a Ecuador 2018

| Importaciones | | | Exportaciones | | |
|------------------------|-------------------|-------------|------------------------|-------------------|---------------|
| Producto | Millones de euros | % | Producto | Millones de euros | % |
| Productos Agrícolas | 1.605 | 52,9% | Productos Agrícolas | 157 | 6,7% |
| Productos de la pesca | 1.316 | 43,4% | Productos de la pesca | 98 | 4,2% |
| Productos Industriales | 111 | 3,7% | Productos Industriales | 2.098 | 89,2% |
| Total | 3.032 | 100% | Total | 2.353 | 100,0% |

Fuente: Unión Europea 2018

Elaborado: Milton Manotoa

En el año 2018 se observa que las Importaciones de la Unión Europea, desde Ecuador se concentraron con un 52.9% en productos Agrícolas, seguido del 43.4% de productos de la pesca, y en un menor porcentaje con el 3.7% en productos industriales, mientras que las exportación desde la Unión Europea a Ecuador se concentraron en 89.2% en productos Industriales y en menor porcentaje en productos agrícolas con 6.7%, 4.2% productos de la pesca

Una vez detallada de manera general algunas cifras, de las partes firmantes del acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador, a continuación se describe el contenido del Acuerdo materia de estudio.

1.5.3 Características principales del acuerdo comercial con la Unión Europea. En los considerandos del acuerdo se señala, “la importancia de los vínculos históricos y culturales y los lazos de amistad y cooperación especiales entre la Unión Europea y sus Estados Miembros y los Países Andinos signatarios, y su deseo de promover la integración económica entre las Partes” (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

Asimismo como elemento esencial del acuerdo se menciona:

El respeto de los principios democráticos y los derechos humanos fundamentales enunciados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, así como de los principios que sustentan el Estado de Derecho, inspira las políticas internas e internacionales de las Partes. El respeto de dichos principios constituye un elemento esencial del presente Acuerdo (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

Se recalca la importancia de los Derechos Humanos, ya que éstos son los que inspiran las políticas internas e internacionales. Por otro lado el deseo de desarme y la no proliferación de armas de destrucción masiva es parte primordial del acuerdo para pasar luego al análisis del comercio internacional. En el capítulo 2, en su artículo 3 señala que:

Las Partes establecen una zona de libre comercio, de conformidad con el artículo XXIV del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (en adelante, «GATT de 1994») y el artículo V del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (en adelante, «AGCS») (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

1.5.4 Objetivos del acuerdo comercial. En el artículo 4 del acuerdo comercial se mencionan los objetivos como se detalla a continuación:

- a. La liberalización progresiva y gradual del comercio de mercancías, de conformidad con lo dispuesto en el artículo XXIV del GATT de 1994;
- b. La facilitación del comercio de mercancías mediante, en particular, la aplicación de las disposiciones acordadas en materia de aduanas y facilitación del comercio, normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad y medidas sanitarias y fitosanitarias;

- c.** La liberalización progresiva del comercio de servicios, de conformidad con el artículo V del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS);
- d.** El desarrollo de un clima conducente a un creciente flujo de inversiones y en particular, la mejora de las condiciones de establecimiento entre las Partes en virtud del principio de no discriminación;
- e.** Facilitar el comercio y la inversión entre las Partes mediante la liberalización de los pagos corrientes y los movimientos de capital relacionados con la inversión directa;
- f.** La apertura efectiva y recíproca de los mercados de contratación pública de las Partes;
- g.** La protección adecuada y efectiva de los derechos de propiedad intelectual, de conformidad con las normas internacionales que estén en vigor entre las Partes, de manera que se asegure el equilibrio entre los derechos de los titulares de derechos de propiedad intelectual y el interés público;
- h.** El desarrollo de las actividades económicas, en particular lo relativo a las relaciones entre las Partes, de conformidad con el principio de la libre competencia;
- i.** El establecimiento de un mecanismo expeditivo, efectivo y previsible de solución de controversias;
- j.** Promover el comercio internacional de modo que contribuya al objetivo del desarrollo sostenible y trabajar para integrar y reflejar este objetivo en las relaciones comerciales de las Partes; y
- k.** Asegurar que la cooperación para la asistencia técnica y el fortalecimiento de las capacidades comerciales de las Partes contribuyan a la implementación de este Acuerdo y al aprovechamiento óptimo de las oportunidades ofrecidas por el mismo, conforme al marco jurídico e institucional existente (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

Todos son objetivos que están destinados a que se puede realizar el comercio entre los sujetos del acuerdo. Promoviendo y asegurando que lo acordado se lleve a cabo sin obstrucciones, con mecanismos expeditivos que permiten operativizar el acuerdo pactado.

1.5.5 Obligaciones del acuerdo comercial. Parte importante de este acuerdo es la liberalización progresiva y gradual del comercio de mercancías, así como la facilitación del comercio en relación a las normas, reglamentos y procedimientos. Para esto el artículo 8 del acuerdo enmarca el cumplimiento de obligaciones de la siguiente manera:

Cada Parte es responsable de la observancia de todas las disposiciones de este Acuerdo y tomará cualquier medida necesaria para dar cumplimiento a las obligaciones que asume en virtud del mismo, incluida su observancia por gobiernos y autoridades centrales, regionales o locales, así como instituciones no gubernamentales en el ejercicio de facultades en ellas delegadas por dichos gobiernos y autoridades”. Pero desde luego señala el acuerdo que esta disposición no se interpondrá en detrimentos establecidos entre los Países Andinos signatarios y la Parte Unión Europea. (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

1.5.6 Ámbito geográfico de aplicación. El ámbito geográfico de aplicación del acuerdo se señala en el artículo 9:

El presente Acuerdo se aplicará, por un lado, a los territorios en los que es aplicable el Tratado de la Unión Europea y el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y en las condiciones previstas por dichos Tratados, y por el otro, a los territorios de Colombia y Perú, respectivamente (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

Y desde luego con la adhesión al protocolo se añade Ecuador, modificando y agregando a este país dentro del acuerdo marco. Cabe señalar que el acuerdo al ser entre la Unión Europea y Perú, Colombia y Ecuador no implica que entre los países andinos sea obligatorio lo pactado, es decir solo es entre Unión Europea y los países andinos.

1.5.7 Comité de comercio. Para el correcto funcionamiento del acuerdo comercial, “las partes han conformado un comité de comercio que dentro de sus funciones está la de avanzar en la consecución de los objetivos de este Acuerdo mediante modificaciones previstas en el mismo” (Registro Oficial Suplemento 900, 2016), sujetos a:

- a. Anexo I (Cronogramas de eliminación arancelaria), con el propósito de incluir una o más mercancías excluidas en el cronograma de eliminación arancelaria de una Parte;
- b. Los períodos establecidos en el Anexo I (Cronogramas de eliminación arancelaria) con el propósito de acelerar la reducción arancelaria.

Asimismo el comité de comercio podrá: “Examinar el impacto de este Acuerdo sobre las micro, pequeñas y medianas empresas (en adelante «MIPYMES») de las Partes, incluyendo cualquier beneficio resultante del mismo.” (Registro Oficial Suplemento 900, 2016). Este es un punto importante ya que este examen del impacto es necesario para tomar decisiones de mejora del acuerdo, ya que la realidad es cambiante y las situaciones en cada país también pudiendo afectar las MIPYMES.

1.5.8 Cronograma de eliminación arancelaria. Dentro del cronograma propuesto para la eliminación arancelaria del Ecuador podemos encontrar lo siguiente: “Los aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias de la Unión Europea (en adelante "mercancías originarias") establecidos en la categoría de desgravación "0" quedarán completamente eliminados a partir de la fecha de la entrada en vigor del presente Acuerdo” (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

Uno de estos bienes de consumo que eliminó el arancel desde la entrada en vigencia del acuerdo fueron los licores, teniendo una tasa arancelaria de 0% de los productos importados desde Europa. Antes dependiendo del tipo de licor variaba entre 15%, 20% y 30% según sea el producto licorero.

A continuación se presenta algunos grupos de productos y su desgravación en años:

Tabla 6. Desgravación de arancel/algunos productos de la Unión Europea en porcentaje

| Producto | Desgravación | Arancel | Arancel con Acuerdo | | |
|---------------------------------------------|--------------|---------|---------------------|------|------|
| | Años | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Bombones y caramelos | 3 | 20 | 15 | 10 | 5 |
| Condimento y sazónadores | 3 | 30 | 23 | 15 | 8 |
| Piñas | 5 | 25 | 12 | 10 | 8 |
| Sal de mesa | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| Perfumes y aguas de tocador | 7 | 20 | 18 | 15 | 13 |
| Muebles de plástico | 10 | 30 | 27 | 25 | 22 |
| Revólveres | 10 | 30 | 27 | 25 | 22 |
| Ventanas, puertas vidrieras y | 10 | 15 | 14 | 12 | 11 |
| Cámaras digitales y sus videocámaras | 10 | 25 | 23 | 21 | 18 |
| Útiles de taladrar | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 |

Fuente: Comité de comercio exterior COMEX 2017

Elaborado por: Milton Manotoa

Podemos apreciar que otros tipos de bienes tienen un tratamiento diferente, desgravándose paulatinamente en años y reduciendo el arancel. (COMEX, 2017).

Desde luego el acuerdo comercial prohíbe a las partes las modificaciones de manera unilateral las tasas arancelarias o adoptar nuevos aranceles sobre las mercancías originarias de las partes.

Esto también fue recogido en la Resolución del Comité de Comercio Exterior N° 42, publicado en el Registro Oficial Suplemento 405 de 29-dic.-2014 de Ecuador, que en su artículo primero señala:

No se introducirán nuevos derechos arancelarios, cargas que tengan efecto equivalente, nuevas restricciones cuantitativas o medidas que tengan ese efecto para las importaciones originarias de la Unión Europea, así como incrementos de los niveles de los derechos arancelarios o cargas existentes. Lo dispuesto no impedirá la

aplicación del Título III del Libro IV del Código de la Producción, Comercio e Inversiones ni la adopción de medidas amparadas por las normas de la Organización Mundial de Comercio (Registro Oficial Suplemento 405, 2014).

1.5.8.1 Afectación del acuerdo al sector licorero. Con la entrada en vigor en el 1 de enero de 2017 el Acuerdo Comercial con la Unión Europea, en cuanto al ingreso de bebidas alcohólicas al Ecuador, se estableció con arancel 0, tanto en licores como en materias primas para la elaboración de licores, a continuación se detalla los códigos de productos descritos en el anexo: cronograma de desgravación.

Tabla 7. Ecuador cronograma de desgravación otorgado a Unión Europea

| Código negocia ciado con UE | Descripción | Arancel aplicado a la UE a la entrada en vigencia del acuerdo | Código que consta en el Anexo del Acuerdo Ecuador - Unión Europe |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2203000000 | Cerveza de malta. | 20 | 0 |
| 2204100000 | - Vino espumoso | 20 | 0 |
| 2204210000 | - - En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l | 20 | 0 |
| 2204291000 | - - - Mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol | 15 | 0 |
| 2204299000 | - - - Los demás vinos | 20 | 0 |
| 2204300000 | - Los demás mostos de uva | 15 | 0 |
| 2205100000 | - En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l | 30 | 0 |
| 2205900000 | - Los demás | 30 | 0 |
| 2206000000 | Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel); mezclas de bebidas fermentadas | 20 | 0 |
| 2207100000 | - Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80% vol. | 15 | 0 |
| 2207200010 | - - Alcohol carburante | 15 | 0 |
| 2207200090 | - - Los demás | 15 | 0 |
| 2208202100 | - - - Pisco | 20 | 0 |
| 2208202200 | - - - Singani | 20 | 0 |
| 2208202910 | - - - - Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de brandy, embalados al granel, con | 20 | 0 |
| 2208202990 | - - - - Los demás | 20 | 0 |
| 2208203000 | - - De orujo de uvas («grappa» y similares) | 20 | 0 |

Tabla 7. (Continua)

| Código negocia ciado con UE | Descripción | Arancel aplicado a la UE a la entrada en vigencia del acuerdo | Código que consta en el Anexo del Acuerdo Ecuador - Unión |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 2208300010 | - - Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de whisky, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50 grados gay lussac (50 G.L.), no aptos para comercialización | 20 | 0 |
| 2208300090 | - - Los demás | 20 | 0 |
| 2208400010 | - - Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de ron embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50 grados gay - lussac (50 G.L.), no aptos para comercialización directa al | 20 | 0 |
| 2208400090 | - - Los demás | 20 | 0 |
| 2208500010 | - - Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de <gin> y ginebra, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50 grados gay lussac (50 G.L.), no aptos para comercialización directa al consumidor | 30 | 0 |
| 2208500090 | - - Los demás | 30 | 0 |
| 2208600010 | - Vodka (Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de vodka, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50 grados gay lussac (50 G.L.), no aptos para comercialización directa al consumidor) | 30 | 0 |
| 2208600090 | - - Los demás | 30 | 0 |
| 2208701000 | - - De anís | 30 | 0 |
| 2208702000 | - - Cremas | 30 | 0 |
| 2208709000 | - - Los demás | 30 | 0 |
| 2208901000 | - - Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol. | 15 | 0 |
| 2208902010 | - - Aguardiente de agaves (tequila y similares) (Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de aguardiente de agaves, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50 | 30 | 0 |
| 2208902090 | - - Los demás | 30 | 0 |
| 2208904200 | - - - De anís | 30 | 0 |
| 2208904900 | - - - Los demás | 30 | 0 |
| 2208909000 | - - Los demás | 30 | 0 |

Fuente: Anexo acuerdo comercial registro oficial suplemento 900

Elaborado por: Milton Manotoa

Antes del Acuerdo, los licores importados desde la Unión Europea, así como sus materias primas para la elaboración de bebidas alcohólicas fluctuaban entre el 15 a 30%, por lo que, para el consumidor era un producto costoso, sin embargo con estos aranceles se potenció la producción nacional.

1.5.9 Intervención de la ciudadanía. Un tema importante a citar es la intervención ciudadana como consta en el expediente constitucional N° 0015-16-TI, de fojas 59 a la 68 del señor Fausto Eduardo Aguilar Falconí, que interviene por su propios derechos presentado un escrito a la Corte Constitucional, exponiendo argumentos para para impugnar la constitucionalidad del “Protocolo de Adhesión del Ecuador al Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea por una parte y Colombia y Perú por otra, sostiene:

Que la ratificación del Estado ecuatoriano al instrumento internacional en mención, vulneraría los derechos "fundamentales" de los ecuatorianos por cuanto el Ecuador no está siendo considerado como un socio per se por parte de la Unión Europea; que el Acuerdo Comercial Multipartes ha sido utilizado para fines electorales; que el Ecuador no ha avanzado en cuanto al cambio de la matriz productiva o el de la matriz energética, lo que devendría en falta de competitividad; que el protocolo de adhesión no es el mismo instrumento que negociaron, en su momento, Perú y Colombia con la Unión Europea; que en el mecanismo de solución de controversias debería encontrarse incluido un órgano o tribunal internacional distinto a las partes contratantes; que la función judicial puede contribuir a la viabilidad de acuerdos comerciales si tomara más en serio sus funciones; que es necesario desmontar el andamiaje creado durante la década perdida -de 2007 al 2017- para luchar contra la corrupción y que estima que el servicio de la deuda externa será de 10 mil millones para el 2017. En esta misma línea, el compareciente manifiesta que la dolarización es insostenible y que el país está quebrado, por lo que el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea provocaría una fuga de dólares; que sugiere una investigación sobre el rubro denominado "fiscalización de obra" en las obras financiadas por el Gobierno central; que no tiene sustento la tesis de que es necesario ratificar el Acuerdo Comercial Multipartes ante el fenecimiento de las preferencias

arancelarias concedidas por la Unión Europea al Ecuador el 31 de diciembre de 2016 y que finalmente, al ratificar el Acuerdo Comercial Multipartes, sin la preparación básica debido a la década perdida, no existe en este momento y en las actuales circunstancias viabilidad para el protocolo de adhesión (Registro Oficial Suplemento 900, 2016).

Observando que con este antecedente jurídico ciudadano respecto a la no conformidad de la adhesión al Acuerdo Comercial con la Unión Europea, donde se manifiesta una serie de desventajas competitivas que representa para Ecuador, las cuales se evidenciaran al momento de realizar el análisis de los datos obtenidos en las páginas oficiales del SRI, SENA, Comercio Exterior entre otras.

1.6 Norma tributaria respecto al sector licorero en el Ecuador

Dentro del ámbito tributario materia de estudio, se analiza los principales impuestos aplicados al sector licorero como son el impuesto a la renta, el impuesto a los consumos especiales, Impuesto al valor agregado así como el etiquetado SIMAR y la etiqueta fiscal.

1.6.1 Impuesto a la renta. Según el artículo 1 de la Ley del Régimen Tributario interno acorde a la última modificación del 03 de enero del 2019, el impuesto a la renta tiene como objeto el siguiente: “(...) el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley” (Servicio de Rentas Internas, 2019)

Por otro lado el artículo 2 de la misma ley, nos da la definición de lo que es Renta:

1.- Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y

2.- Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de esta Ley (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Es necesario también determinar dos conceptos adicionales que los encontramos en la misma ley, el sujeto pasivo y el sujeto activo:

Sujeto activo.- El que administra estos impuestos el Estado, a través del Servicio de rentas internas.

Sujeto pasivo.- Los que obtienen ingresos en el Ecuador, los que pagan el impuesto, tal cual lo señala los artículos 3 y 4 de la misma ley (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Entiéndase en este punto que independientemente de la nacionalidad de la persona natural o jurídica, si es que los ingresos se generaron en el Ecuador se tiene que pagar el impuesto a la renta correspondiente a un periodo de tiempo.

Comprendiendo como ejercicio impositivo lo mencionado en el Art 7 de la misma ley.

Art. 7.- Ejercicio impositivo.- El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1o. de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año (Servicio de Rentas Internas, 2019).

A si mimo, se consideran todos los gastos y costo dentro del ejercicio fiscal que estén ligados a las operación normal de la empresa, considerados como deducciones que están detallados en el Art 10 con sus 20 numerales.

Art. 10.- Deducciones.- En general, para determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos.

En particular se aplicarán las siguientes deducciones:

1.- Los costos y gastos imputables al ingreso, que se encuentren debidamente sustentados en comprobantes de venta que cumplan los requisitos establecidos en el reglamento correspondiente; (...) continua hasta numeral 20. (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Una vez obtenidos los ingresos totales dentro del ejercicio fiscal y realizado todas las deducciones según el Art. 10 de la presente ley, se procede a cálculo del impuesto a la renta según el Artículo 37.

Art. 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades.- Los ingresos gravables obtenidos por sociedades constituidas en el Ecuador, así como por las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas aplicarán la tarifa del 25% sobre su base imponible. No obstante, la tarifa impositiva será la correspondiente a sociedades más tres (3) puntos porcentuales cuando la sociedad tenga accionistas, socios, participes, constituyentes, beneficiarios o similares residentes o establecidos en paraísos fiscales o regímenes de menor imposición con una participación directa o indirecta, individual o conjunta, igual o superior al 50% del capital social o de aquel que corresponda a la naturaleza de la sociedad. Cuando la mencionada participación de paraísos fiscales o regímenes de menor imposición sea inferior al 50%, la tarifa correspondiente a sociedades más tres (3) puntos porcentuales aplicará sobre la proporción de la base imponible que corresponda a dicha participación, de acuerdo a

lo indicado en el reglamento. Asimismo, aplicará la tarifa correspondiente a sociedades más tres (3) puntos porcentuales a toda la base imponible la sociedad que incumpla el deber de informar sobre la participación de sus accionistas, socios, participes, constituyentes, beneficiarios o similares, conforme lo que establezca el reglamento a esta Ley y las resoluciones que emita el Servicio de Rentas Internas; sin perjuicio de otras sanciones que fueren aplicables. (Servicio de Rentas Internas, 2019)

Para el pago del impuesto a la renta se procede según Art. 40 y 41; donde se señala plazo para la declaración, en este sentido todas las sociedades nacionales o extranjeras domiciliadas o no en el país y que perciban ingresos gravados entre el 1 de enero al 31 de diciembre y conforme los resultados de la contabilidad deben presentar la declaración del impuesto a la renta hasta abril del siguiente año, de acuerdo al noveno dígito del RUC, establecido en el calendario tributario.

Tabla 8. Tabla de vencimiento impuesto a la renta sociedades

| Impuesto a la renta | | Anticipo Impuesto a la Renta | |
|----------------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------|
| Formulario 101 | | Primera cuota | Segunda cuota |
| Noveno dígito del | Vencimiento (último | Formulario 115 | |
| | Vencimiento (último día) | Vencimiento (último día) | |
| 1 | 10 de abril | 10 de julio | 10 de septiembre |
| 2 | 12 de abril | 12 de julio | 12 de septiembre |
| 3 | 14 de abril | 14 de julio | 14 de septiembre |
| 4 | 16 de abril | 16 de julio | 16 de septiembre |
| 5 | 18 de abril | 18 de julio | 18 de septiembre |
| 6 | 20 de abril | 20 de julio | 20 de septiembre |
| 7 | 22 de abril | 22 de julio | 22 de septiembre |
| 8 | 24 de abril | 24 de julio | 24 de septiembre |
| 9 | 26 de abril | 26 de julio | 26 de septiembre |
| 0 | 28 de abril | 28 de julio | 28 de septiembre |

Cuando una fecha de vencimiento coincida con fines de semana o feriados nacionales o locales, se trasladará al siguiente día hábil, en caso de que esta nueva fecha de vencimiento se traslade al siguiente mes, la fecha de vencimiento deberá adelantarse al último día hábil del mes de vencimiento.

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Para el pago del impuesto se aplicara lo dispuesto en el artículo 41 de la presente ley

Art. 41.- Pago del impuesto.- Los sujetos pasivos deberán efectuar el pago del impuesto a la renta de acuerdo con las siguientes normas:

1.- El saldo adeudado por impuesto a la renta que resulte de la declaración correspondiente al ejercicio económico anterior deberá cancelarse en los plazos que establezca el reglamento, en las entidades legalmente autorizadas para recaudar tributos;

2.- Las personas naturales, las sucesiones indivisas, las sociedades, las empresas que tengan suscritos o suscriban contratos de exploración y explotación de hidrocarburos en cualquier modalidad contractual, deberán determinar en su declaración correspondiente al ejercicio económico anterior, el anticipo a pagarse con cargo al ejercicio fiscal corriente de conformidad con las siguientes reglas:

a) (...)

b) Las personas naturales y las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad y las sociedades:

Un valor equivalente a la suma matemática de los siguientes rubros:

- El cero punto dos por ciento (0.2%) del patrimonio total.

- El cero punto dos por ciento (0.2%) del total de costos y gastos deducibles a efecto del impuesto a la renta.

- El cero punto cuatro por ciento (0.4%) del activo total.

- El cero punto cuatro por ciento (0.4%) del total de ingresos gravables a efecto del impuesto a la renta.

(...)

Las sociedades, las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad no considerarán en el cálculo del anticipo las cuentas por cobrar salvo aquellas que mantengan con relacionadas.

(...)

c) El anticipo, que constituye crédito tributario para el pago de impuesto a la renta del ejercicio fiscal en curso, se pagará en la forma y en el plazo que establezca el Reglamento, sin que sea necesario la emisión de título de crédito. El pago del anticipo a que se refiere el literal anterior se realizará en los plazos establecidos en el reglamento y en la parte que exceda al valor de las retenciones que le hayan sido practicadas al contribuyente en el año anterior al de su pago; el saldo se pagará dentro de los plazos establecidos para la presentación de la declaración del impuesto a la renta del ejercicio fiscal en curso y conjuntamente con esta declaración;

d) Si en el ejercicio fiscal, el contribuyente reporta un Impuesto a la Renta Causado superior a los valores cancelados por concepto de Retenciones en la Fuente de Renta más Anticipo; deberá cancelar la diferencia; (...) (Servicio de Rentas Internas, 2019):

Una vez establecidos los valores a ser declarados se lo realiza a través de la página oficial del Servicio de rentas internas que presta la facilidad tecnológica para mencionado fin.

Ilustración 2. Pantalla declaración Impuesto a la Renta sociedades



Fuente: SRI 2019

1.6.2 Impuesto al valor agregado. Según el artículo 52 de la Ley del Régimen Tributario interno, acorde a la última modificación del 03 de enero del 2019, señala que el objeto del impuesto al valor agregado es el siguiente:

Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

Por otro lado el artículo 53 de la Ley del Régimen Tributario interno que explica el concepto de lo que es una transferencia:

1. Todo acto o contrato realizado por personas naturales o sociedades que tenga por objeto transferir el dominio de bienes muebles de naturaleza corporal, así como los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos, aun cuando la transferencia se efectúe a título gratuito, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen dicha transferencia y de las condiciones que pacten las partes.
2. La venta de bienes muebles de naturaleza corporal que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa, incluido el arrendamiento mercantil, bajo todas sus modalidades; y,
3. El uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes muebles de naturaleza corporal que sean objeto de su producción o venta (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Respecto al sector licorero del país, la legislación tributaria engloba a la transferencia de bienes, en este caso los licores ya sean importados o de producción nacional, tienen que pagar el Impuesto al Valor agregado. Sin exoneración tributaria.

Luego, el artículo 58 la Ley de Régimen Tributario determina cómo debe ser la base imponible de este impuesto

La base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado a base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio (Servicio de Rentas Internas, 2019).

A partir del artículo 59 señala “La base imponible, en las importaciones, es el resultado de sumar al valor en aduana los impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación y en los demás documentos pertinentes.” (Servicio de Rentas Internas, 2019). Es decir que para pagar el IVA la persona que adquirió un producto no exonerado en la lista del artículo 56 de la ley, lo tiene que hacer antes del despacho de los bienes por parte de la oficina de aduanas correspondiente.

Para continuar con el normal desenvolvimiento de las actividades económicas las empresas deben emitir facturas de sus ventas realizadas como lo señala el artículo 64 de la presente ley.

Art. 64.- Facturación del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio facturas, boletas o notas de venta, según el caso, por las operaciones que efectúe, en conformidad con el reglamento. Esta obligación regirá aun cuando la venta o

prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero. En las facturas, notas o boletas de venta deberá hacerse constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto; y el IVA cobrado.

Art. 65.- Tarifa.- La tarifa del impuesto al valor agregado es del 12% (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Hay que tomar en cuenta lo señalado en el artículo 66 de la presente ley, que establece el crédito tributario deducible a las ventas generadoras de IVA realizadas por las empresas.

Art. 66.- Crédito tributario.- El uso del crédito tributario se sujetará a las siguientes normas:

1.- Los sujetos pasivos del impuesto al valor agregado IVA, que se dediquen a: la producción o comercialización de bienes para el mercado interno gravados con tarifa doce por ciento (12%), a la prestación de servicios gravados con tarifa doce por ciento (12%), a la comercialización de paquetes de turismo receptivo, facturados dentro o fuera del país, brindados a personas naturales no residentes en el Ecuador, a la venta directa de bienes y servicios gravados con tarifa cero por ciento de IVA a exportadores, o a la exportación de bienes y servicios, tendrán derecho al crédito tributario por la totalidad del IVA, pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios (Servicio de Rentas Internas, 2019).

En general, para tener derecho al crédito tributario el valor del impuesto deberá constar por separado en los respectivos comprobantes de venta por adquisiciones directas o que se hayan reembolsado, documentos de importación y comprobantes de retención.

Como regla de aplicación general y obligatoria, se tendrá derecho a crédito tributario por el IVA pagado en la utilización de bienes y servicios gravados con este impuesto, siempre que tales bienes y servicios se destinen a la producción y comercialización de otros bienes y servicios gravados.

Posteriormente una vez establecido las ventas con el IVA respectivo y deducidos el crédito tributario a favor de la empresa se procede a realizar la declaración y pago del IVA según el artículo 67, 68 y 69 de la presente ley.

Art. 67.- Declaración del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento.

Art. 68.- Liquidación del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA obligados a presentar declaración efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas. Del impuesto liquidado se deducirá el valor del crédito tributario de que trata el artículo 66 de esta Ley.

Art. 69.- Pago del impuesto.- La diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Si la declaración arroja saldo a favor del sujeto pasivo, dicho saldo será considerado crédito tributario, que se hará efectivo en la declaración del mes siguiente. Los valores así obtenidos se afectarán con las retenciones practicadas al sujeto pasivo y el crédito tributario del mes anterior si lo hubiere.

La fecha de vencimiento par la declaración del IVA mensual de las empresas o sociedades depende el noveno dígito del RUC como se detalla a continuación:

Tabla 9. Tabla de vencimiento IVA mensual sociedades

| Formulario 104 | |
|-----------------------|--------------------------|
| Noveno dígito del RUC | Vencimiento (último día) |
| 1 | 10 del mes siguiente |
| 2 | 12 del mes siguiente |
| 3 | 14 del mes siguiente |
| 4 | 16 del mes siguiente |
| 5 | 18 del mes siguiente |
| 6 | 20 del mes siguiente |
| 7 | 22 del mes siguiente |
| 8 | 24 del mes siguiente |
| 9 | 26 del mes siguiente |
| 0 | 28 del mes siguiente |

Cuando una fecha de vencimiento coincida con fines de semana o feriados nacionales o locales, se trasladará al siguiente día hábil, en caso de que esta nueva fecha de vencimiento se traslade al siguiente mes, la fecha de vencimiento deberá adelantarse al último día hábil del mes de vencimiento.

Fuente: SRI 2019

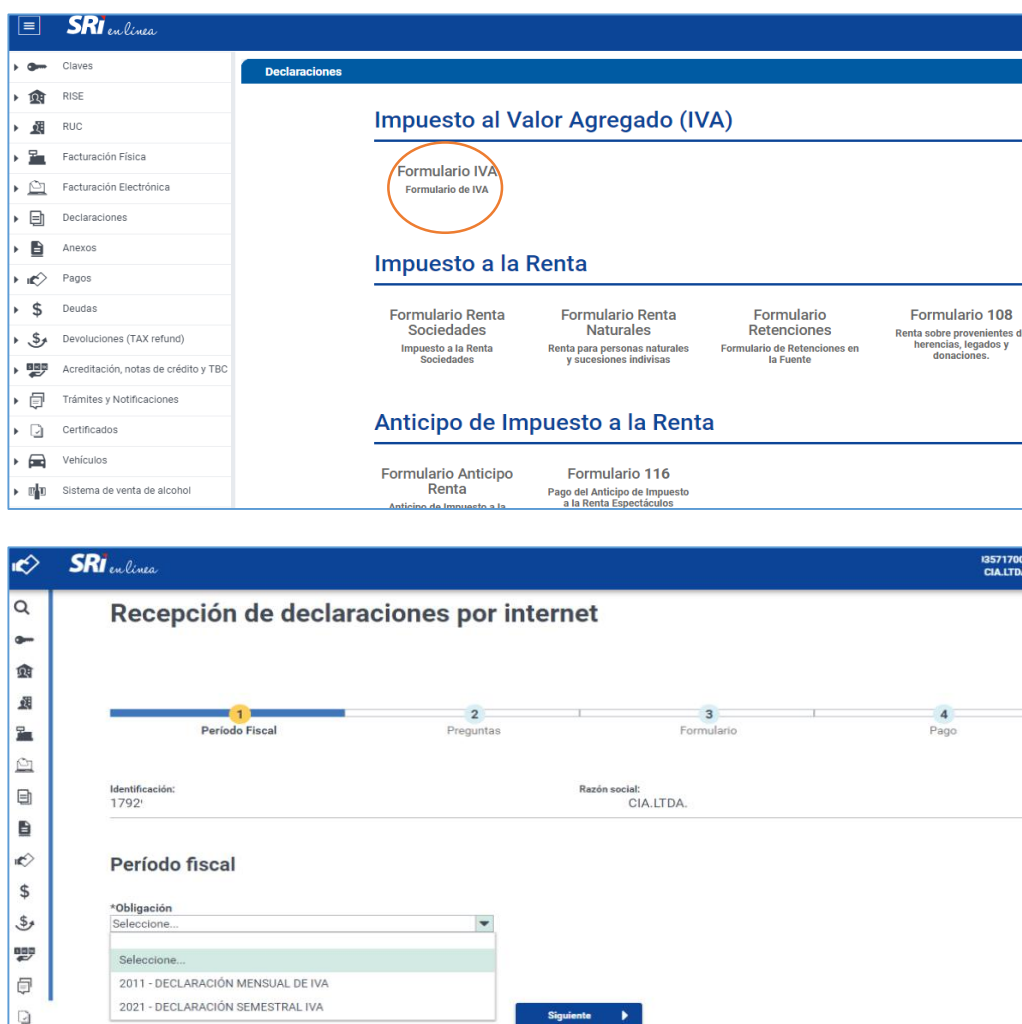
Elaborado por: Milton Manotoa

Para el caso de las importaciones se aplica lo dispuesto en el artículo 70.

Art. 70.- Declaración, liquidación y pago del IVA para mercaderías y servicios importados.- En el caso de importaciones, la liquidación del IVA se efectuará en la declaración de importación y su pago se realizará previo al despacho de los bienes por parte de la oficina de aduanas correspondiente (Servicio de Rentas Internas, 2019).

La declaración del impuesto se lo debe realizar mensualmente, en el formulario 104, inclusive si en el periodo de declaración no se hubiesen generado ventas; a través de la página Web del SRI diseñada para este fin.

Ilustración 3. Pantalla declaración IVA mensual sociedades



Fuente: SRI 2019

1.6.3 Impuesto a los consumos especiales. El artículo 75 de la Ley del Régimen Tributario interno define el objeto de este impuesto el cual es: “Establecerse el impuesto a los consumos especiales ICE, el mismo que se aplicará de los bienes y servicios de procedencia nacional o importados, detallados en el artículo 82 de esta Ley.” (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Para lo cual en los artículos enumerados señala cuales son los diferentes tipos de imposición de este tributo:

- 1. Específica.-** Es aquella en la cual se grava con una tarifa fija a cada unidad de bien transferida por el fabricante nacional o cada unidad de bien importada, independientemente de su valor;
- 2. Ad valorem.-** Es aquella en la que se aplica una tarifa porcentual sobre la base imponible determinada de conformidad con las disposiciones de la presente Ley; y,
- 3. Mixta.-** Es aquella que combina los dos tipos de imposición anteriores sobre un mismo bien o servicio (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Para la base imponible de este tributo se debe tomar en cuenta lo señalado en el artículo 76 que señala:

La base imponible de los productos sujetos al ICE, de producción nacional o bienes importados, se determinará con base en el precio de venta al público sugerido por el fabricante o importador, menos el IVA y el ICE o con base en los precios referenciales que mediante Resolución establezca anualmente el Director General del Servicio de Rentas Internas. A esta base imponible se aplicarán las tarifas ad-valorem que se establecen en esta Ley (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Cuidando que no se aplica el ICE sobre el IVA sino sobre la base imponible.

Para nuestro caso en concreto la base imponible para el sector licorero incluida la cerveza, estará en función de los litros de alcohol puro que contenga cada bebida alcohólica, como lo señala el artículo 76 numeral 2:

De manera específica, la base imponible en los casos Bebidas alcohólicas incluida la cerveza será:

(...)

2. Bebidas alcohólicas, incluida la cerveza

La base imponible se establecerá en función de:

1. Los litros de alcohol puro que contenga cada bebida alcohólica. Para efectos del cálculo de la cantidad de litros de alcohol puro que contiene una bebida alcohólica, se deberá determinar el volumen real de una bebida expresada en litros y multiplicarla por el grado alcohólico expresado en la escala Gay Lussac o su equivalente, que conste en el registro sanitario otorgado al producto, sin perjuicio de las verificaciones que pudiese efectuar la Administración Tributaria. Sobre cada litro de alcohol puro determinado de conformidad con este artículo, se aplicará la tarifa específica detallada en el artículo 82 de esta Ley; y,

2. En caso de que el precio ex fábrica o ex aduana, según corresponda, supere el valor de USD 3,6 por litro de bebida alcohólica o específica, la tarifa ad valorem establecida en artículo 82 de esta Ley, sobre el correspondiente precio ex fábrica o ex aduana. Para dar cumplimiento con lo anterior, en el caso de bebidas alcohólicas importadas, el importador deberá contar con un certificado del fabricante, respecto del valor de la bebida, conforme las condiciones establecidas mediante Resolución del Servicio de Rentas Internas.

Para establecer la aplicación de la tarifa ad valorem mencionada en el inciso anterior, el valor de USD 3,6 del precio ex fábrica y ex aduana se ajustará anualmente, en función de la variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) para el grupo en el cual se encuentre el bien bebidas alcohólicas, a noviembre de cada año, elaborado por el organismo público competente, descontando el efecto del incremento del propio impuesto.

Los nuevos valores serán publicados por el Servicio de Rentas Internas en el mes de diciembre y regirán desde el primero de enero del año siguiente (Servicio de Rentas Internas, 2019).

El ICE no incluye el impuesto al valor agregado y será pagado respecto de los productos mencionados en el artículo precedente, por el fabricante o importador en una sola etapa.

El productor de licores nacionales y el importador puede tener exenciones siempre y cuando haya obtenido el respectivo cupo anual del Servicio de Rentas Internas mediante una resolución de carácter general como lo señala el 77 de la ley de régimen tributario. Y como lo norma el “Procedimiento registro y asignación cupo de alcohol exento del ICE N° NAC-DGERCGC18-00000156” (Servicio de Rentas Internas, 2019)

En el artículo segundo de la normativa citada señala:

Art. 2.- Asignación del cupo de alcohol exento.- Los registros de venta de alcohol efectuados por el productor, representará para el comprador de dicho producto, el cupo de alcohol exento de ICE. Para el caso de importaciones de alcohol, el Servicio de Rentas Internas (SRI) publicará en el portal web institucional www.sri.gob.ec, el listado de importadores, especificando las subpartidas y el cupo en litros de alcohol exento asignado, que posteriormente será registrado por el SENA E conforme el artículo anterior. El cupo anual de alcohol exento de ICE para el comprador o importador, será igual a la sumatoria de los registros realizados por el productor de alcohol o el SENA E, respectivamente, dentro del ejercicio fiscal que corresponda. (Servicio de Rentas Internas, 2019)

Queda claro la forma de establecer los cupos para que los productores o importadores se puedan exonerar del ICE. Y si es un nuevo importador, este tiene que solicitar cupo al SRI para que se le asigne nuevo cupo de alcohol exento.

Para la facturación de sus ventas se debe aplicar lo señalado en el artículo 81:

Art. 81.- Facturación del impuesto.- Los productores nacionales de bienes gravados por el ICE, y quienes presten servicios gravados tendrán la obligación de hacer constar en las facturas de venta, por separado, el valor total de las ventas y el impuesto a los consumos especiales. En el caso de productos importados el ICE se hará constar en la declaración de importación (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Adicionalmente en el artículo 82 de este impuesto de consumos especiales. Señala que están gravados con el impuesto a los consumos especiales los siguientes bienes y servicios y dentro de ellos podemos apreciar el GRUPO V Tarifa Especifica: Alcohol \$7,22 por litro de alcohol puro y Bebidas Alcohólicas 7,25 USD por litro de alcohol puro.

Tabla 10. Tarifa impuesto ICE bebidas alcohólicas

| GRUPO V: (Agregado por el Art. 12, núm. 5 del Decreto Ley s/n, R.O. 583-S, 24-XI-2011; reformado por el núm. 2 del Art. 28 de la Ley s/n, R.O. 405-S, 29-XII-2014; y, por y el núm. 16. del Art. 1 de la Ley s/n, R.O. 744-S, 29-IV-2016). | Tarifa Específica | Tarifa Ad Valorem |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| Bebidas alcohólicas, incluida la cerveza artesanal | 7,25 USD por litro de alcohol puro | 75% |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Para la declaración del impuesto mensual de ICE, se lo realizara mediante la página del Servicio de Rentas Internas acorde a lo dispuesto a los artículos 83, 84 y 85 de la presente ley:

Art. 83.- Declaración del impuesto.- Los sujetos pasivos del ICE presentarán mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro del mes calendario inmediato anterior, en la forma y fechas que se establezcan en el reglamento.

Art. 84.- Liquidación del impuesto.- Los sujetos pasivos del ICE efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas.

Art. 85.- Pago del impuesto.- El impuesto liquidado deberá ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración (Servicio de Rentas Internas, 2019).

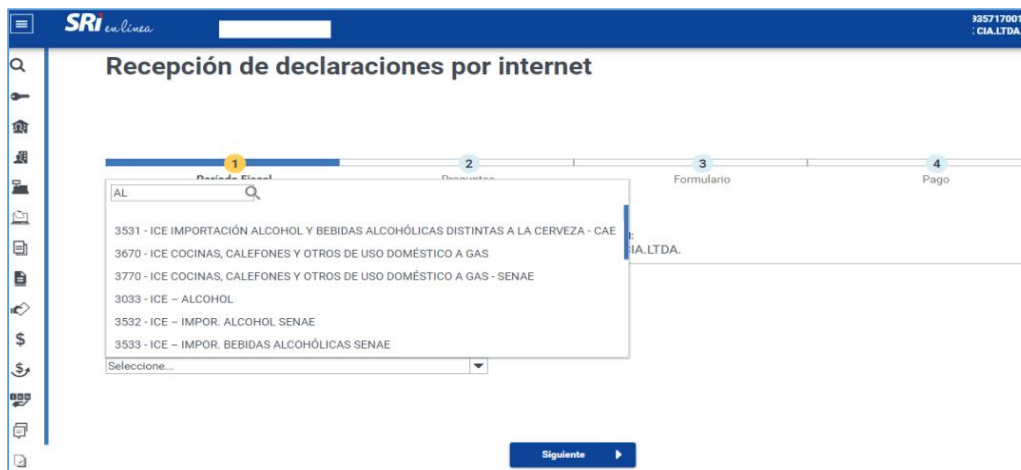
Tabla 11. Tabla de vencimiento ICE mensual sociedades

| Formulario 105 | |
|-----------------------|--------------------------|
| Noveno dígito del RUC | Vencimiento (último día) |
| 1 | 10 del mes siguiente |
| 2 | 12 del mes siguiente |
| 3 | 14 del mes siguiente |
| 4 | 16 del mes siguiente |
| 5 | 18 del mes siguiente |
| 6 | 20 del mes siguiente |
| 7 | 22 del mes siguiente |
| 8 | 24 del mes siguiente |
| 9 | 26 del mes siguiente |
| 0 | 28 del mes siguiente |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Ilustración 4. Pantalla declaración ICE mensual sociedades



Fuente: SRI 2019

Para el caso de las importaciones se aplica lo mencionado en el artículo 86.

Art. 86.- Declaración, liquidación y pago del ICE para mercaderías importadas.- En el caso de importaciones, la liquidación del ICE se efectuará en la declaración de importación y su pago se realizará previo al despacho de los bienes por parte de la oficina de aduanas correspondiente (Servicio de Rentas Internas, 2019).

1.6.2 Etiquetado SIMAR. Dentro de las competencias del Servicio de rentas Internas está la de construir una ciudadanía fiscal, mediante la concientización, promoción y exigencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que determina las estrategias y herramientas que le permitan alcanzar su misión.

Bajo este contexto, el etiquetado SIMAR, nace como:

Iniciativa al cumplimiento del convenio “Marco de la Organización Mundial de la Salud OMS, para el control del tabaco, suscrito en Ginebra el 21 de mayo 2003 y ratificado el 25 de julio de 2016, publicado en el registro oficial N°382 de 23 de octubre de 2006, con el cual Ecuador se comprometió a adoptar y aplicar medidas para la reducción de la demanda de tabaco , combatiendo el mercado ilícito, la protección del medio ambiente mediante medidas legislativas, ejecutivas administrativas eficaces (Servicio de Rentas Internas, 2019).

En consecuencia mediante resolución NAC-DGERCGC15-00000591, publicada Registro oficial N°572 de 25 de agosto de 2015, se establecen las normas para el sistema de Identificación, Marcación, Autenticación y Rastreo - SIMAR, cuyo objetivo primordial es:

La identificación, marcación, autenticación, rastreo y trazabilidad fiscal de bebidas alcohólicas, cervezas y cigarrillos de producción nacional, cuya denominación es SIMAR, a través de la implementación de un solución tecnológica, que permite fortalecer el control tributario en la producción nacional, combatiendo el contrabando (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Este servicio brinda una solución integral para obtener información respecto de la producción, comercialización y control tributario de los mencionados productos

gravados, con el impuesto a los Consumos Especiales ICE, combatir la evasión, el contrabando, la subfacturación, la adulteración y la competencia desleal.

Para el estado será beneficioso en los siguientes aspectos:

- Eliminar los índices de evasión, elusión y fraude fiscal en bebidas alcohólicas, cervezas y cigarrillos de producción nacional.
- Fortalecer el control del ICE en los tres sectores.
- Incrementar los ingresos tributarios para financiar el presupuesto General del Estado.
- Atraer inversión extranjera directa.

Como lo señala en la resolución NAC-DGERCGC16-00000455 del 7 de noviembre de 2016, donde se establecen las normas para la operación del sistema de Identificación, Marcación y Autentificación, Rastreo y Trazabilidad Fiscal – SIMAR, en sus artículos 1, 2, 3 y 4:

Art. 1- Tasa del SIMAR.- establece la tasa para el funcionamiento del SIMAR para los bienes gravados con el impuesto a los consumos especiales. En este sentido los bienes de producción nacional gravados con el ICE que serán controlados a través del SIMAR son:

- a) Bebidas alcohólicas,
- b) Cigarrillos, y
- c) Cervezas.

Art. 2. Presupuesto de causación de la tasa SIMAR.- Toda persona natural o sociedad, fabricante de bienes gravados con ICE, señalados en el artículo 1, recibirán el servicio SIMAR de los bienes que produce.

Se entenderá prestado el servicio al momento que SRI autorice la elaboración y entrega de componentes físicos de seguridad denominados CFS, acto por el cual será obligatorio su pago por parte del fabricante.

Art. 3 Cuantía.- La tarifa de la tasa es de 0.01221 por cada componente físico de seguridad CFS autorizado.

Art. 4 Contribuyentes.- Están obligados al pago de la tasa antes referida en calidad de contribuyentes, las personas naturales y sociedades que produzcan nacionalmente bienes gravados con el ICE controlados mediante SIMAR de acuerdo a lo señalado en esta resolución (Servicio de Rentas Internas, 2019).

El administrador de esta tasa será el SRI según lo señala el artículo 5 de la presente resolución.

Para el pago se aplicara lo señalado en el art 6 de la resolución:

Art. 6 Del pago.- Una vez notificada la autorización de la solicitud para la elaboración y entrega de los CFS, el pago de la tasa se deberá efectuar desde el primer día del mes siguiente a su autorización, hasta el 25 de dicho mes, mediante el formulario múltiple de pagos 106, utilizando el código 4210, tasa SIMAR (Servicio de Rentas Internas, 2019).

Para el plazo de la implementación del sistema SIMAR para las sociedades de producción nacional de bebidas alcohólicas fue hasta el 1 de enero de 2017 y a partir del 13 de enero de 2017 solamente entraron en circulación las bebidas alcohólicas con este etiquetado

Bajo este contexto, el Servicio de Rentas Internas publica los siguientes resultados de la implementación del sistema SIMAR con corte a marzo del 2019, sobre el etiquetado y activación:

Tabla 12. Etiquetas activadas -Producción de Bebidas Alcohólicas por Tipo marzo 2019

| Tipo de Licor | Activaciones |
|---------------------------|---------------------|
| Aguardiente | 2.010.853 |
| Gin | 33.893 |
| Licor crema | 131.474 |
| Licores dulces | 28.818 |
| Licores secos | 1.268.790 |
| Licores semisecos | 1.348.585 |
| Otras Bebidas Alcohólicas | 2.863.327 |
| Ron | 1.010.263 |
| Vino | 604.093 |
| Vodka | 214.605 |
| Whisky | 1.326.318 |
| Total general | 10.841.019 |

Fuente: SRI marzo 2019

Elaborado: Milton Manotoa

Con corte a marzo del 2019 se han activado 10.841.019 millones de etiquetas en los licores antes detallados, adicionalmente respecto a cerveza de industria y artesanal 265.564 millones de activaciones de etiquetas, respecto a cigarrillos 17.616 millones de cajetillas o medias cajetillas, Siendo las principales provincias en cuanto a activación de etiquetas las siguientes:

Tabla 13. Etiquetas activadas -producción de bebidas alcohólicas por provincia marzo 2019

| Provincia/Ciudad | Etiquetas | % |
|--------------------------------|-------------------|----------------|
| Azuay | 3.965.371 | 36,58% |
| Pichincha | 3.743.478 | 34,53% |
| Tungurahua | 1.588.713 | 14,65% |
| Manabí | 420.142 | 3,88% |
| Guayas | 362.272 | 3,34% |
| Loja | 336.071 | 3,10% |
| Cotopaxi | 321.625 | 2,97% |
| Montecristi | 47.069 | 0,43% |
| Los Ríos | 13.563 | 0,13% |
| Bolívar | 12.233 | 0,11% |
| Imbabura | 7.824 | 0,07% |
| Cañar | 7.190 | 0,07% |
| Echeandía | 3.900 | 0,04% |
| El Oro | 3.063 | 0,03% |
| Sucumbíos | 3.000 | 0,03% |
| Bolívar | 1.781 | 0,02% |
| Chimborazo | 1.573 | 0,01% |
| Napo | 1.450 | 0,01% |
| Santa Cruz | 234 | 0,00% |
| Santiago | 179 | 0,00% |
| Espejo | 155 | 0,00% |
| Sucúa | 96 | 0,00% |
| Morona Santiago | 56 | 0,00% |
| Santo Domingo de los Colorados | 9 | 0,00% |
| Zamora Chinchipe | 1,649 | 0,00% |
| Total general | 10.841.049 | 100,00% |

Fuente: SRI marzo 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Siendo las principales provincias con el mayor volumen de activación de etiquetas, con el 36.68%, la provincia del Azuay; seguido con el 34.53% la provincia de Pichincha y en tercer lugar con el 14.65% la provincia de Tungurahua. Adicionalmente, “como resultado al 2018 de la implementación de SIMAR el SRI menciona que la recaudación de ICE en bebidas alcohólicas, cervezas y cigarrillos asciende a 393,67 millones de dólares americanos, con una marcación de 1.064 millones de productos a nivel nacional, lo que representó un incremento en la recaudación de ICE de 7.6 millones de dólares americanos respecto al año 2017.

1.6.3 Etiquetas fiscales y control en las importaciones de bebidas alcohólicas SENA E. Para el caso de licores importados, antes del ingreso o nacionalización de los productos, los importadores deberán cumplir lo especificado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, según resolución Nro. SENA E-DGN-2015-0185-RE del 6 de abril de 2016; que señala la regulación para las etiquetas fiscales y control en las importaciones de bebidas alcohólicas que a continuación se detalla:

Artículo 1: Etiquetas fiscales: Son etiquetas especiales no reutilizables luego de su primera colocación, que contarán con medidas de seguridad que permitirán la identificación, el registro y la trazabilidad de la mercancía a la cual se adhiera, en forma electrónica y a través de un sistema informático de verificación que será utilizado por la autoridad aduanera.

Artículo 2: Etiquetado: Se dispone la obligatoriedad de adherir la etiqueta fiscal en los envases de whisky, vodka, tequila y ron importados al territorio nacional, sin perjuicio del cumplimiento del rotulado exigido por la normativa vigente.

Artículo 3: Etiquetado en depósitos aduaneros de Guayaquil: El procedimiento para incorporar la etiqueta fiscal en los envases de las bebidas alcohólicas señaladas en el artículo anterior, sólo deberá realizarse en los Depósitos Aduaneros de la ciudad de Guayaquil; sin perjuicio de que el ingreso físico de las mercancías se realice por cualquier otro distrito aduanero, en cuyo caso la mercancía deberá trasladarse hacia la ciudad de Guayaquil, donde se transmitirá la declaración respectiva bajo el régimen de Depósito Aduanero. Sin embargo, el Director General podrá autorizar de manera excepcional el etiquetado en Depósitos Aduaneros fuera de la ciudad de Guayaquil.

Artículo 4: Tasa por etiqueta fiscal: Previa entrega de las respectivas etiquetas fiscales el importador deberá cancelar el valor de US\$ 0.25 (veinticinco centavos de dólar de los Estados Unidos de América) por cada etiqueta fiscal.

Artículo 5: Procedimiento: Los importadores de bebidas alcohólicas de whisky, vodka, tequila y ron deberán presentar, previo cumplimiento de todos los documentos de control pertinentes, la declaración aduanera al régimen suspensivo de depósito aduanero. Luego de presentada la declaración de importación a consumo se

generará una tasa por etiquetas fiscales de las bebidas alcohólicas a nacionalizar. Posterior al pago de la tasa y a la notificación recibida por parte de la autoridad aduanera, el importador, mediante las personas autorizadas indicadas al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, deberá acercarse a retirarlas en las oficinas de la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Se suscribirá un acta de entrega-recepción al momento de la entrega de las etiquetas. El importador deberá colocar las etiquetas fiscales dentro del depósito aduanero según el manual de aplicación que dispondrá el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Cada etiqueta fiscal estará asociada a un producto específico, por lo que el importador será responsable de su correcta colocación. Una vez finalizada la colocación, deberá informarlo al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante el sistema ECUAPASS y, hecho esto, se procederá a realizar el levante de las mercancías del depósito aduanero. No podrán salir del Depósito Aduanero botellas de whisky, ron, vodka o tequila que no posean etiquetas fiscales (SENAE, 2016).

2. CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1. Metodología de investigación

Para la recolección de la información necesaria del presente estudio, se ha realizado mediante la obtención bibliografía disponible y con un trabajo de campo, levantando encuestas, información que permitirá profundizar el análisis.

En primer lugar, la bibliografía utilizada se enmarca en el uso de leyes y normativas sobre la aplicación del Protocolo de Adhesión que firmo Ecuador, el uso de sitio Web oficiales como la Unión Europea, Ministerio de Comercio Exterior, Servicios de Rentas Internas y Superintendencia de Compañías, adicional a ello, la doctrina jurídica aplicable a esta investigación, diccionarios especializados, libros de especialistas en la materia en derecho internacional y de tratados internacionales.

En segundo lugar, se ha realizado un trabajo de campo con la aplicación de encuestas al sector licorero en cuanto a la venta al por mayor de productos alcohólicos (Distribuidores), así como la elaboración de bebidas alcohólicas (empresas de producción nacional), la cual ha proporcionado información relevante que permite tener un mejor análisis.

2.1.1 Diseño metodológico. La metodología aplicada, está centrada en lo cualitativo y en lo cuantitativo, en un periodo de tiempo entre el año 2016 antes de la firma del Acuerdo Comercial hasta 2018, ya entrado en vigor el Acuerdo comercial con la Unión Europea, con el fin de valorar el comportamiento en la aplicación del acuerdo en el sector licorero especialmente en el área tributaria de mencionados periodos.

Gracias a la información proporcionada en encuestas de campo y la obtenida en páginas oficiales especialmente el SRI y Superintendencia de Compañías, se evidenciará el impacto real en el sector licorero ya sea de producción nacional y de importación.

2.1.2 Tipo de investigación. La investigación realizada es de carácter descriptiva, analizando el sector licorero nacional y de las importaciones, con la información de campo que han proporcionado las encuestas realizadas, más las diferentes fuentes bibliográficas.

2.1.3 Matriz diagnóstica. A continuación se detalla la matriz diagnóstica donde se plantean el objetivo general y objetivos específicos de la presente investigación, así como las variables a investigar y sus indicadores

Tabla 14. Matriz diagnostico

| | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Tema de Investigación: | ANÁLISIS DEL ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA REFERENTE AL SECTOR LICORERO ENFOCADO EN LAS PROVINCIAS DE PICHINCHA, GUAYAS Y AZUAY EN EL PERIODO 2016 – 2018. | | | | |
| Enfoque de la investigación: | Inv. Cualitativa | si | Inv. Cuantitativa | si | |
| Unidad de Análisis | Sector: Elaboración de bebidas alcohólicas - Venta al por Mayor de bebidas alcohólicas. | | | | |
| Objetivo General: | Recopilar, analizar y evaluar los efectos tributarios en la aplicación del Acuerdo con la Unión Europea en el sector licorero enfocado en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay en los periodos 2016, 2017, 2018. | | | | |
| Objetivos específicos | variables | indicadores | Información | técnica | público objetivo |
| Identificar el alcance del acuerdo comercial con la Unión Europea aplicable al sector licorero del Ecuador. | Alcance del acuerdo UE | Acuerdo UE | Segundaria | bibliografía | Ministerio de comercio Exterior Delegación de la Unión Europea |
| Investigar la normativa tributaria vigente y su aplicación hacia el sector licorero. | norma tributarias vigentes | normativa vigente SRI | Segundaria | bibliografía | SRI |
| Identificar las ventajas en la aplicación del Acuerdo comercial con la UE. | Incremento en el volumen de ventas | volumen de ventas anuales | Primaria | encuesta en línea | Gerente comercial/Administrativo |
| | incremento en la producción | volumen de producción | Primaria | encuesta en línea | Gerente comercial/Administrativo |
| | Apertura a nuevos mercados | Exportación de productos UE | Primaria segundaria | encuesta en línea bibliografía | Gerente comercial/Administrativo SENAE |
| | importación de MPD | importación acumulada anual de MPD | Primaria segundaria | encuesta en línea bibliografía | Gerente comercial/Administrativo SENAE |
| Examinar las desventajas en la aplicación del Acuerdo comercial con la UE. | Oportunidad de desarrollo, empleo y crecimiento | Nuevas inversiones: planta y productos número de nuevos empleos | Primaria | encuesta en línea | Gerente comercial/Administrativo |
| | Productos importados desde UE | volumen de importación | Primaria segundaria | encuesta en línea bibliografía | Gerente comercial/Administrativo SENAE |
| Analizar la incidencia tributaria en la aplicación del acuerdo con la UE. | Competencia | productos, calidad, precios | Primaria | encuesta en línea | Gerente comercial/Administrativo |
| | Impuestos declarados | impuesto a la renta año 2016/2017/2018 | Primaria | bibliografía | SRI/SUPER DE COMPAÑIAS |
| | Recaudación del ICE | acumulado año 2016/2017/2018 | Primaria | bibliografía | SRI |
| | Aplicación del SISMAR | evolución en 2016/2017/2018 | Primaria | bibliografía | SRI |

Elaborado por: Milton Manotoa

2.1.4 Población y muestra de estudio. La población objeto de estudio, está conformada por Sociedades legalmente constituidas cuya actividad económica principal están registradas bajo el código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU: ventas al por mayor de bebidas alcohólicas (Distribuidores) y elaboración de bebidas alcohólicas (Empresas de producción nacional), ubicadas en las tres principales provincias el País: Pichincha, Guayas y Azuay.

Para la obtención de información actualizada se tomó como base de datos el catastro oficial de Servicios de Rentas Internas, donde se identifican las Sociedades plenamente operativas y en funcionamiento con corte a febrero de 2019, en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay, en dos actividades económicas según el Catalogo Unificado: Venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación y Elaboración de bebidas alcohólicas.

Para el caso de venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación, a nivel nacional existen 239 sociedades, plenamente activas, distribuidas en diferentes provincias, que a continuación se detalla:

Tabla 15. Número de establecimientos de venta al por mayor de Bebidas alcohólica, incluso el envasado de vino a granel sin transformación.

| Sociedades | | | |
|-------------------|--------------------------------|----------------------------|-------------|
| Nº | Provincia | Nº establecimientos | % |
| 1 | Pichincha | 70 | 29% |
| 2 | Guayas | 52 | 22% |
| 3 | Azuay | 20 | 8% |
| 4 | Santo domingo de los Tsáchilas | 14 | 6% |
| 5 | Tungurahua | 13 | 5% |
| 6 | Manabí | 12 | 5% |
| 7 | Santa Elena | 9 | 4% |
| 8 | Loja | 8 | 3% |
| 9 | Los Ríos | 7 | 3% |
| 10 | El Oro | 6 | 3% |
| 11 | Cotopaxi | 4 | 2% |
| 12 | Esmeraldas | 4 | 2% |
| 13 | Imbabura | 4 | 2% |
| 14 | Morona Santiago | 3 | 1% |
| 15 | Bolívar | 2 | 1% |
| 16 | Chimborazo | 2 | 1% |
| 17 | Orellana | 2 | 1% |
| 18 | Sucumbíos | 2 | 1% |
| 19 | Carchi | 1 | 0% |
| 20 | Cañar | 1 | 0% |
| 21 | Galápagos | 1 | 0% |
| 22 | Pastaza | 1 | 0% |
| 23 | Napo | 1 | 0% |
| 24 | Zamora Chinchipe | 0 | 0% |
| | TOTAL | 239 | 100% |

CIU: Venta al por mayor de Bebidas alcohólica, incluso el envasado de vino a granel sin transformación

Fuente: SRI marzo 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Sin embargo, para este estudio se tomó en cuenta como población objetiva las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay, que asciende a 142 establecimiento operativos.

Para las actividades de producción o elaboración de bebidas alcohólicas, a nivel nacional existen 138 establecimiento plenamente operativos, y en las provincias materia de estudio asciende 62 establecimientos.

Tabla 16. Número de establecimientos de producción nacional de bebidas alcohólica.

| Sociedades | | | |
|-------------------|--------------------------------|----------------------------|-------------|
| Nº | Provincia | Nº Establecimientos | % |
| 1 | Pichincha | 24 | 17% |
| 2 | Azuay | 21 | 15% |
| 3 | Guayas | 17 | 12% |
| 4 | Tungurahua | 16 | 12% |
| 5 | Manabí | 11 | 8% |
| 6 | Cotopaxi | 9 | 7% |
| 7 | Imbabura | 8 | 6% |
| 8 | Loja | 7 | 5% |
| 9 | Bolívar | 4 | 3% |
| 10 | Cañar | 3 | 2% |
| 11 | Chimborazo | 3 | 2% |
| 12 | El Oro | 3 | 2% |
| 13 | Santo Domingo De Los Tsáchilas | 3 | 2% |
| 14 | Esmeraldas | 2 | 1% |
| 15 | Los Ríos | 2 | 1% |
| 16 | Napo | 2 | 1% |
| 17 | Morona Santiago | 1 | 1% |
| 18 | Santa Elena | 1 | 1% |
| 19 | Zamora Chinchipe | 1 | 1% |
| 20 | Carchi | 0 | 0% |
| 21 | Galápagos | 0 | 0% |
| 22 | Pastaza | 0 | 0% |
| 23 | Orellana | 0 | 0% |
| 24 | Sucumbíos | 0 | 0% |
| | Total | 138 | 100% |

CIU: Elaboración De Bebidas Alcohólicas Fermentadas Pero No Destiladas: Sake, Sidra, Perada, Vermouth, Aguamiel Y Otros Vinos De Frutas Y Mezclas De Bebidas Que Contienen Alcohol.

Elaboración De Vinos De Baja Graduación O Sin Alcohol Y Mezclas De Vinos.

Elaboración De Vinos, Vinos Espumosos (Champagne), Vino A Partir De Mosto De Uva Concentrado (Vino Tinto, Jerez, Oporto, Etcétera).

Elaboración De Bebidas Malteadas Como: Cervezas Corrientes De Fermentación Alta, Negras Y Fuertes, Incluida Cerveza De Baja Graduación O Sin Alcohol.

Elaboración De Mezcla De Bebidas Alcohólicas Destiladas Y Preparados Alcohólicos Compuestos: Cremas Y Otras Bebidas Alcohólicas Aromatizadas Y Azucaradas.

Producción De Aguardientes Neutros (Alcoholes Base Para Elaborar Bebidas Alcohólicas).

Elaboración De Bebidas Alcohólicas Destiladas: Whisky, Coñac, Brandy, Ginebra, Aguardiente De Caña De Azúcar, Etcétera.

Fuente: SRI marzo 2019

Elaborado: Milton Manotoa

2.1.5 Cálculo de la muestra. Para el cálculo de la muestra se tomó la siguiente formula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

De donde

| | | |
|-----|------|-------------------------|
| N = | | Tamaño de la población. |
| Q = | 0,5 | Desviación estándar |
| Z = | 1,96 | Nivel de confianza |
| e = | 0,05 | Límite de error |

Obteniendo como resultado:

1. Muestra de establecimientos para venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación: 104 encuestas
2. Muestra de establecimientos para elaboración de bebidas alcohólicas: 56 encuestas.

Adicionalmente se realizó una investigación de información obtenida de las fuentes oficiales como son el SRI, SENA, Superintendencia de Compañías de las cuales se obtuvo información Tributaria: IVA, ICE, ICE Importaciones, Impuesto a la Renta, impuesto a la salida de divisas, así con el global de importaciones del sector licorero, con el fin de visualizar la evolución en el comportamiento en las cifras del periodo 2016 antes del Acuerdo Comercial al 2018 con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea.

2.1.6 Técnicas de recolección de datos. Las técnicas que se han utilizado para la recolección de datos han sido las encuestas y la observación de: documentos y páginas web.

Observación: Para identificar data del sector licorero sobre todo en la página de la Servicio de rentas internas. Obteniendo información relevante para las variables que se han investigado.

Encuesta: La obtención de información mediante este medio fue mediante dos cuestionario que se realizó a los Distribuidores de bebidas alcohólicas y a la Empresas de producción de bebidas Alcohólicas, con un total de 15 y 16 respectivamente con el objetivo de conocer como les ha afectado la adhesión al acuerdo comercial con la Unión Europea.

2.1.7 El procesamiento y análisis de datos. Primero se realizó una matriz diagnostico en la cual se plantea un objetivo general, el cual desagrega objetivos específicos, estos a su vez permiten identificar variables de la investigación e indicadores, a su vez la fuente de la información ya sea primaria o secundaria y al público objetivo dueña de la información, posteriormente se elaboró un cuestionario para poder realizar la encuesta en las diferentes Sociedades seleccionadas de manera aleatoria. En las tres principales provincias del país, Pichicha, Guayas y Azuay. Una vez identificado las Sociedades y listas las encuestas se procedido a levantar la información, para posteriormente realizar la tabulación de la información obtenida en tablas y gráficos de resultados, los cuales fueron analizados. Y finalmente las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

3. CAPITULO III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo, está dividido en dos apartados de análisis de datos, en primer lugar se presentarán los resultados obtenidos, mediante la aplicación de encuestas a empresas nacionales Productoras de bebidas alcohólicas y empresas Distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas, representados por su personal administrativo y/o comercial de las Provincias de Pichincha, Guayas y Azuay, en el segundo apartado se realizará un análisis de los datos obtenidos (información pública) de fuentes oficiales como SRI, Superintendencia de Compañías, SENAE de los años 2016, 2017 y 2018; respecto a la evolución en : Importación global de bebidas alcohólicas, desenvolvimiento tributario global del sector licorero, y un análisis específico en el comportamiento tributario de empresas productoras y distribuidoras seleccionadas de manera aleatoria de las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay a fin de determinar un cuadro comparativo tributario en el periodo de estudio.

3.1. Resultados de las encuestas a empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas según Código CIU: Elaboración de bebidas alcohólicas

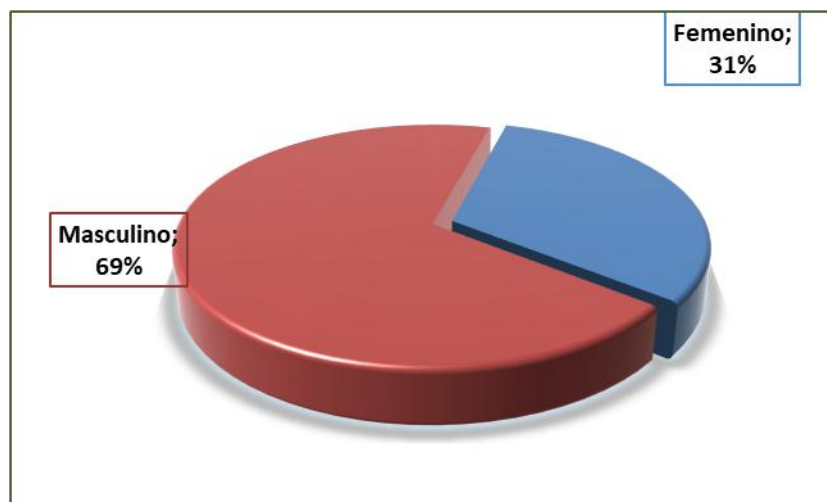
3.1.1 Generalidades

Género:

Tabla 17. Género

| Autodefinición | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Femenino | 17 | 31% |
| Masculino | 37 | 69% |
| Total de Encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 1: Género



Análisis:

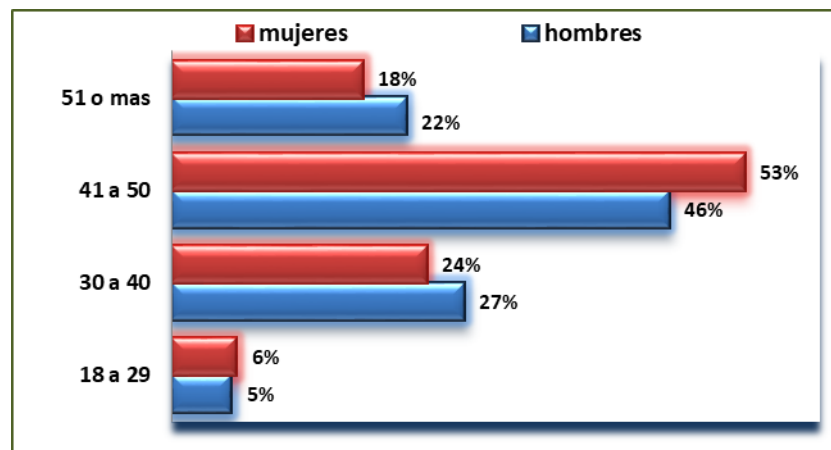
Del total de las encuestas realizadas a las empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas, se puede apreciar que el 69% corresponde al género masculino y el 31 % corresponde al femenino, es decir la gran mayoría de encuestados son hombres.

Edad:

Tabla 18. Edad

| Rango de Edad | Hombres | | Mujeres | |
|----------------------|------------|-------------|------------|------|
| | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| 18 a 29 | 2 | 5% | 1 | 6% |
| 30 a 40 | 10 | 27% | 4 | 24% |
| 41 a 50 | 17 | 46% | 9 | 53% |
| 51 o mas | 8 | 22% | 3 | 18% |
| Total de encuestados | 37 | 100% | 17 | 100% |

Gráfico 2. Edad



Análisis:

Como se puede apreciar en el gráfico de edad, la gran mayoría de encuestados tanto para mujeres como para hombres, se encuentra en el rango de edad de 41 a 50 años con el 53% y el 46% respectivamente, seguido por el rango de edad de 30 a 40 años con el 24% de mujeres y el 27% de hombres, y en tercer lugar por el rango de edad de 51 a más años con 18% de mujeres y el 22% de hombres.

Cargo desempeñado:

Tabla 19. Cargo desempeñado

| Cargo | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Cargo Administrativo | 24 | 44% |
| Cargo Comercial | 30 | 56% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 3. Cargo Desempeñado



Análisis:

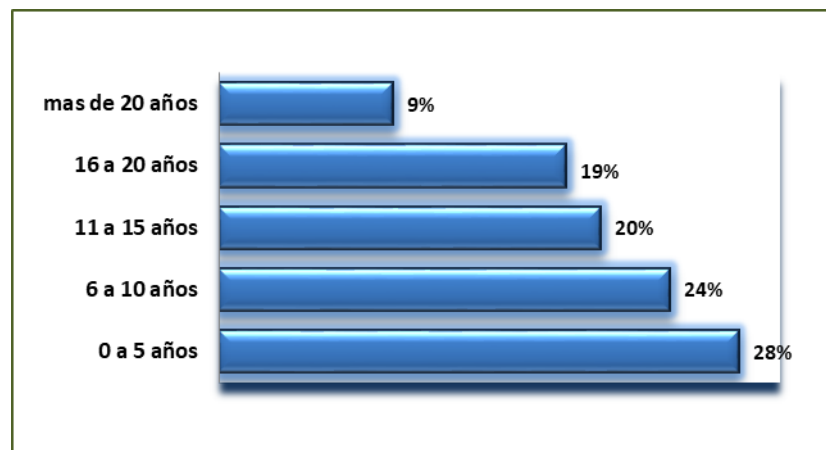
El 56% de los encuestados, manifestó que se desempeñan en el área comercial, mientras que el 44% se desenvuelven en el área administrativa, gracias a la experiencia en sus labores diarias proporcionaron de manera clara y precisa la información respecto a la entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea, dentro de sus respectivas empresas.

Años de Servicio:

Tabla 20. Años de Servicio

| Años de Servicio | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| 0 a 5 años | 15 | 28% |
| 6 a 10 años | 13 | 24% |
| 11 a 15 años | 11 | 20% |
| 16 a 20 años | 10 | 19% |
| más de 20 años | 5 | 9% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 4. Años de servicio



Análisis:

Del público objetivo encuestado, respecto a los años de servicio, manifiesta que en un 28% están de entre 0 a 5 años, seguido con el 24% de 6 a 10 años, y en tercer lugar con el 20% de 11 a 15 años, lo representa la experiencia de los encuestados en el sector licorero y por ende la confianza en la información obtenida, ya que conocen y viven de cerca la situación real del mercado.

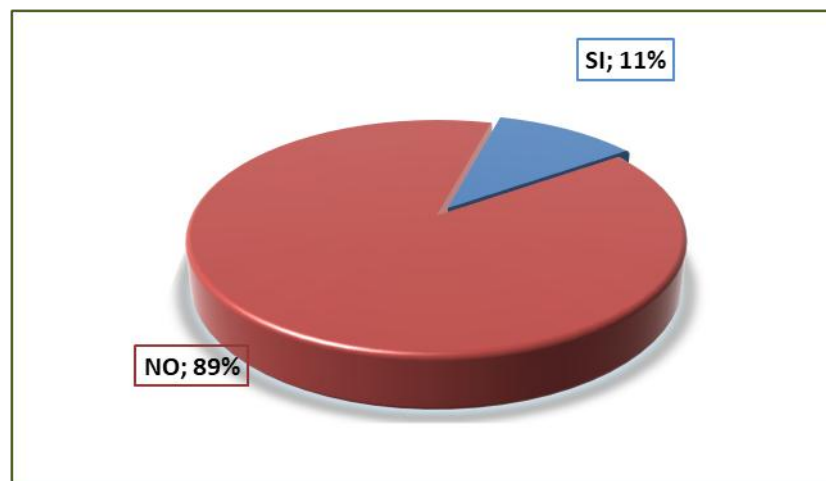
3.1.2 Análisis de preguntas.

1. ¿Considera usted que ha sido beneficioso para el sector licorero la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea?

Tabla 21. El Acuerdo comercial con la Unión Europea ha sido beneficioso para el sector licorero.

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 6 | 11% |
| NO | 48 | 89% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 5. Acuerdo comercial UE ha sido beneficioso.



Análisis:

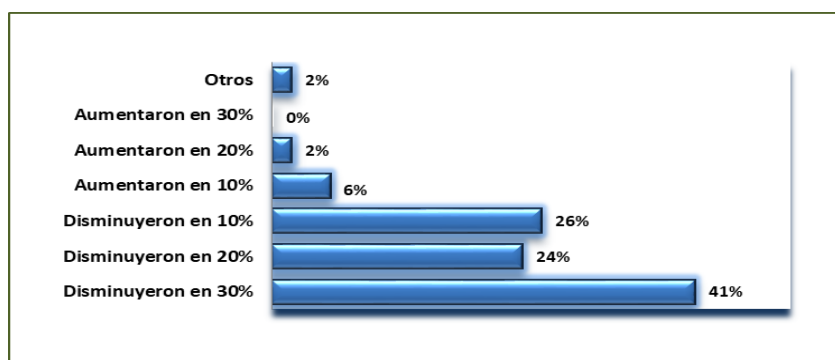
Para las empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas, en su mayoría con el 89% se sienten perjudicados por el acuerdo con la Unión Europea y creen que no fue beneficioso para el sector licorero nacional, mientras que el 11% manifiesta que es beneficioso.

2. ¿Sobre las ventas de licor de producción nacional en que porcentaje disminuyeron o incrementaron desde la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea en su empresa?

Tabla 22. Incidencia en ventas licores nacionales con Acuerdo comercial UE

| Incidencia en ventas | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Disminuyeron en 30% | 22 | 41% |
| Disminuyeron en 20% | 13 | 24% |
| Disminuyeron en 10% | 14 | 26% |
| Aumentaron en 10% | 3 | 6% |
| Aumentaron en 20% | 1 | 2% |
| Aumentaron en 30% | 0 | 0% |
| Otros | 1 | 2% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 6. Incidencia en ventas con el Acuerdo comercial UE.



Análisis:

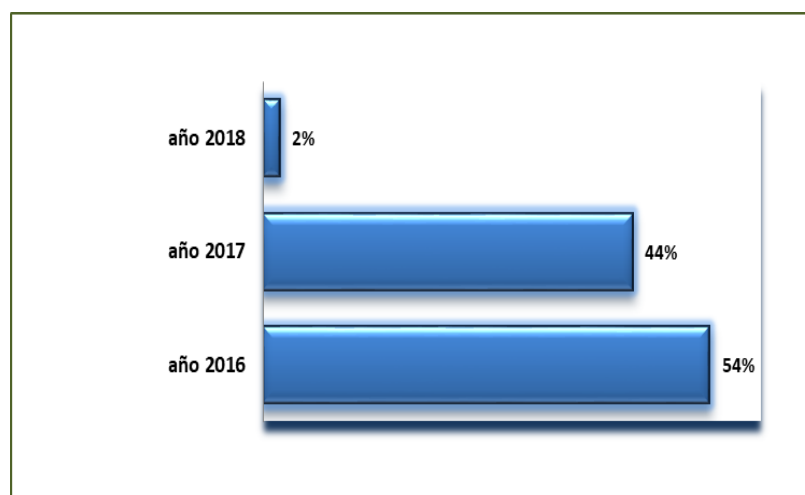
Respecto a la incidencia en ventas que tuvo la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, el 41% de los encuestados manifiesta que sus ventas se vieron disminuidas en un 30%, seguido del 26% que indican que sus ventas disminuyeron un 10%; mientras que el 24% con una disminución en ventas del 20%; es decir que la gran mayoría de empresas Productoras de bebidas alcohólicas encuestados, se vieron afectadas significativamente con una disminución de sus ventas entre el 30% y 10% a partir de la entrada en vigor del Acuerdo Comercial, lo que implica una preocupación para el sector productor de bebidas alcohólicas.

3. ¿Qué año fue el de mayor volumen de ventas de licor nacional en su empresa?

Tabla 23. Año de mayor volumen de venta Licores Nacionales.

| Mayor volumen de ventas | Frecuencia | % |
|-------------------------|------------|-------------|
| año 2016 | 29 | 54% |
| año 2017 | 24 | 44% |
| año 2018 | 1 | 2% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 7. Año de mayo Ventas licor nacional



Análisis:

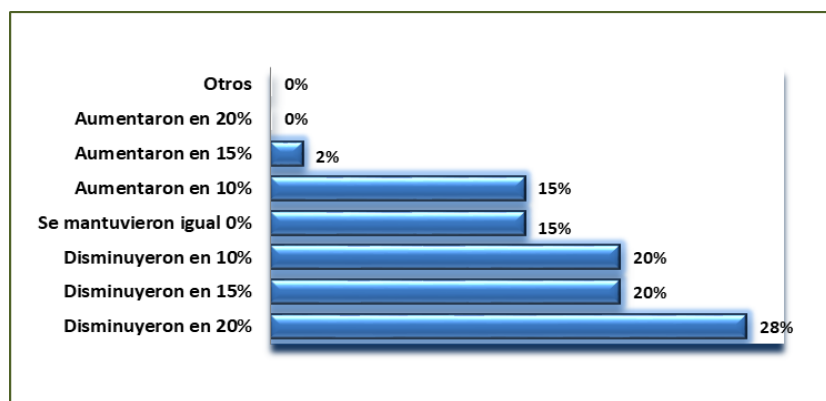
Los encuestados, al comparar el volumen de ventas que tuvieron dentro de sus empresas de licores nacionales, el 54% coinciden en que las mayores ventas se dieron en el año 2016, mientras que el 44% manifiesta que en el año 2017 y para el año 2018 cae al 2% que indican mayores ventas, ya que consideran que han tenido que enfrentar la importación de licores procedentes de la Unión Europea de marcas reconocidas con aranceles de 0%, y que los cliente prefieren estos productos, y a la vez, se ven desprotegidos por las políticas del Estado.

4. ¿Si se hace una comparación entre las ventas anuales de su empresa del año 2016, con las del año 2018 en que porcentaje mejoraron, se mantuvieron o disminuyeron?

Tabla 24. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018.

| Incidencia en ventas anuales | Frecuencia | % |
|-------------------------------------|-------------------|-------------|
| Disminuyeron en 20% | 15 | 28% |
| Disminuyeron en 15% | 11 | 20% |
| Disminuyeron en 10% | 11 | 20% |
| Se mantuvieron igual 0% | 8 | 15% |
| Aumentaron en 10% | 8 | 15% |
| Aumentaron en 15% | 1 | 2% |
| Aumentaron en 20% | 0 | 0% |
| Otros | | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 8. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018



Análisis:

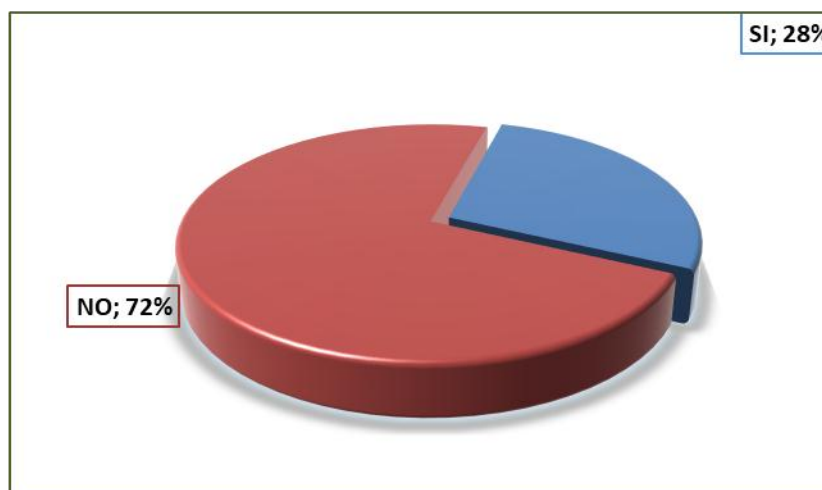
El 28% de los encuestado manifestaron que el volumen de ventas del año 2018 respecto al año 2016 disminuyeron en un 20%; mientras que el 20% indican que disminuyeron sus ventas en un 15%, seguido del 20% que afirman que disminuyeron las ventas en un 10%; El 15% indican que las ventas se mantuvieron igual, adicional a ello, el 15% manifiestan que aumentaron sus ventas en un 10%, y el 2% aumentaron ventas en un 15%; es decir, que la gran mayoría de los encuestado manifiesta que sus ventas se vieron disminuidas significativamente.

5. ¿Piensa que los licores nacionales pueden competir con el licor importado proveniente de la Unión Europea?

Tabla 25. Pueden competir licores nacionales vs importados.

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 15 | 28% |
| NO | 39 | 72% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 9. Pueden competir licores nacionales vs importados



Análisis:

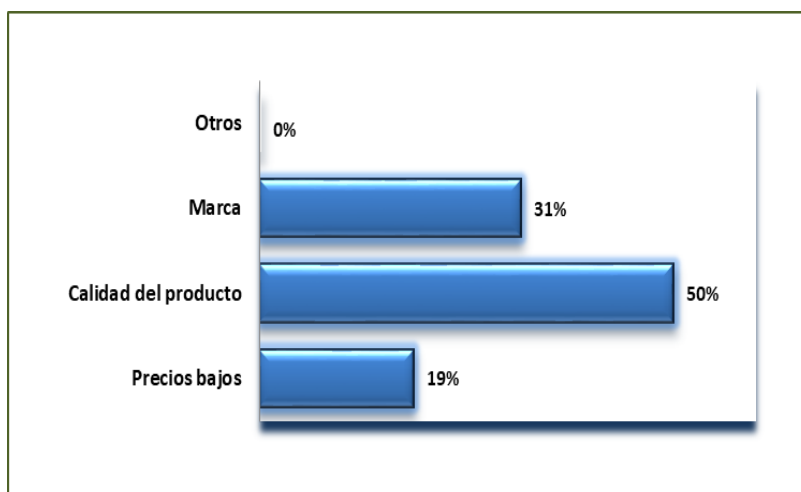
La gran mayoría de encuestados en un 72%, señalan que no se puede competir con el licor importado, ya sea por las marcas reconocidas que ingresan al país con aranceles de 0% y por precios accesibles para los cliente que las prefieren; en cambio el 28% indican que si se puede competir ya que han optado por traer la materia prima proveniente de la Unión Europea.

6. ¿Según su criterio, cuáles son los factores por los que licores nacionales no podrían competir con los licores importados de la UE?

Tabla 26. Factores porque los que No pueden competir licores nacionales vs importados.

| Factores | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Precios bajos | 10 | 19% |
| Calidad del producto | 27 | 50% |
| Marca | 17 | 31% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 10. Factores por los que NO pueden competir licores nacionales vs importados



Análisis:

En un 50% de los encuestados, indican que no puede competir la producción del licor nacional con la importada proveniente de la Unión Europea, debido a la calidad del producto de los licores; Mientras que el 31% manifiesta que no pueden competir por la marca reconocida de los licores importados; Y finalmente con el 19% consideran que no pueden competir por los precios bajos de los licores importados y a su vez manifiestan su preocupación debido a la disminución de sus ventas en licores nacionales.

7. ¿Qué estrategias ha tomado su empresa para ser competitivo bajo el acuerdo comercial con la Unión Europea?

Tabla 27. Estrategias para ser competitivo en licores nacionales.

| Estrategias | Frecuencia | % |
|-----------------------------------------------|------------|-------------|
| Mejorar la calidad | 15 | 28% |
| Reducir los precios | 36 | 67% |
| Campañas publicitarias | 1 | 2% |
| Reducir su producción | 1 | 2% |
| Importar la materia prima de la Unión Europea | 1 | 2% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 11. Estrategias para ser competitivo en licores nacionales



Análisis:

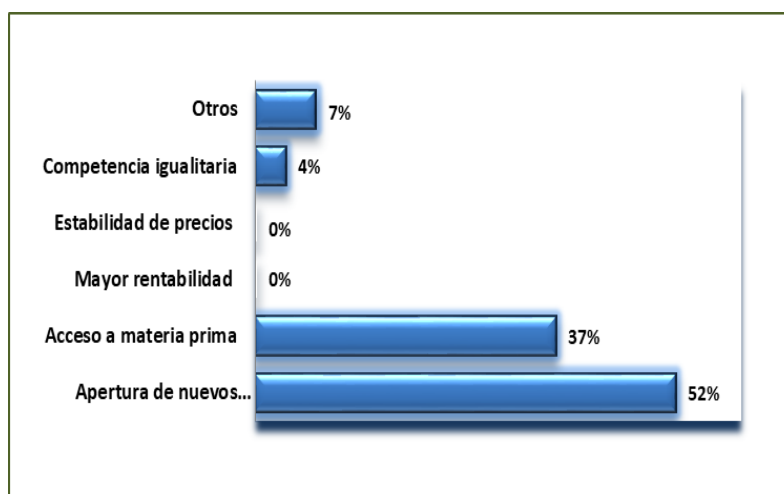
El 67% de los encuestados, indican que han optado por reducir los precios de sus productos a fin de seguir siendo competitivos dentro del mercado; mientras que el 28% han elegido mejorar la calidad; el 2% escogieron incrementar campañas publicitarias, al igual que 2% por reducir su producción de licores nacionales y finalmente el 2% señalan que prefirieron importar la materia prima proveniente de la Unión Europea, así mismo, señala la gran mayoría de encuestados que al reducir sus precios de venta de los licores nacionales o incurrir en inversiones adicionales a fin de poder competir con los licores importados, medida que se verá refleja en su rentabilidad.

8. ¿Qué aspectos positivos se han presentado en su empresa desde la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea?

Tabla 28. Aspectos positivos desde la aplicación del Acuerdo comercial UE.

| Aspectos positivos | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Apertura de nuevos mercados | 28 | 52% |
| Acceso a materia prima | 20 | 37% |
| Mayor rentabilidad | 0 | 0% |
| Estabilidad de precios | 0 | 0% |
| Competencia igualitaria | 2 | 4% |
| Otros | 4 | 7% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 12. Aspectos positivos desde la aplicación del Acuerdo comercial UE.



Análisis:

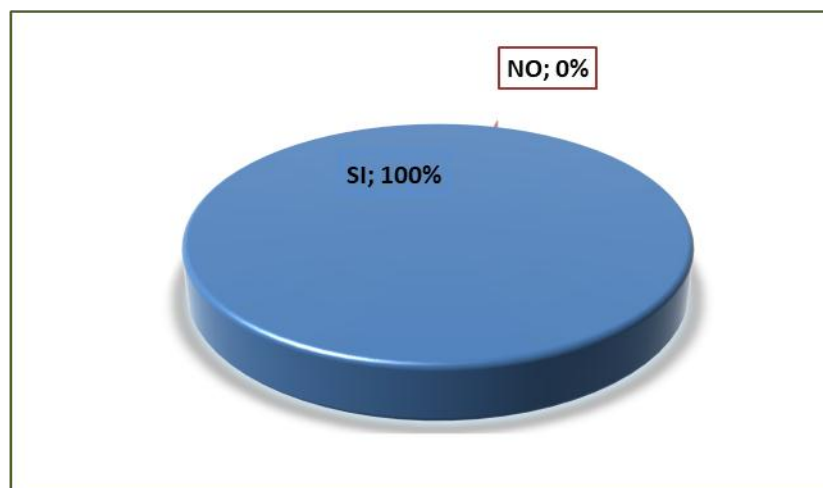
El 52% de los encuestados, considera como aspecto positivo de la entrada en vigor del Acuerdo comercial con la Unión Europea, la apertura a nuevos mercados o países miembros de la Unión Europea, mientras el 37% manifiesta como positivo el acceso a materia prima proveniente de la Unión Europea con el fin de mejorar la calidad de sus productos; el 7% considera que no hay ningún aspecto positivo o beneficio. Y finalmente el 4% señala que se ha dado una competencia igualitaria.

9. ¿Cree usted que con la aplicación de salvaguardias, se ayudó a las marcas nacionales de licores darse a conocer?

Tabla 29. Salvaguardias ayudo a la producción nacional de licores.

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 54 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 13. Salvaguardias ayudo a la producción nacional de licores.



Análisis:

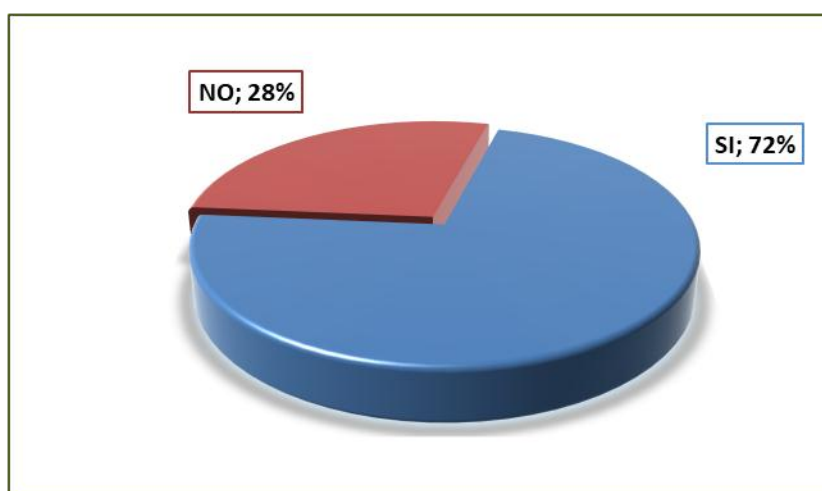
El 100% de los encuestados consideran que fue beneficioso la aplicación de salvaguardias a los licores importados, debido a ello la producción nacional pudo darse a conocer con sus productos, y a la vez se protegió a la industria nacional de licores en particular a las pymes, ya que los licores nacionales presentaban precios accesibles para los clientes en comparación con los licores importados a precios elevados.

10. ¿Es posible que las empresas de producción de licores nacionales cierren, por falta de ventas debido al incremento de importación de licor desde UE?

Tabla 30. Cierre de empresa de producción de licores nacionales.

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 39 | 72% |
| NO | 15 | 28% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 14. Cierre de empresa de producción de licores nacionales.



Análisis:

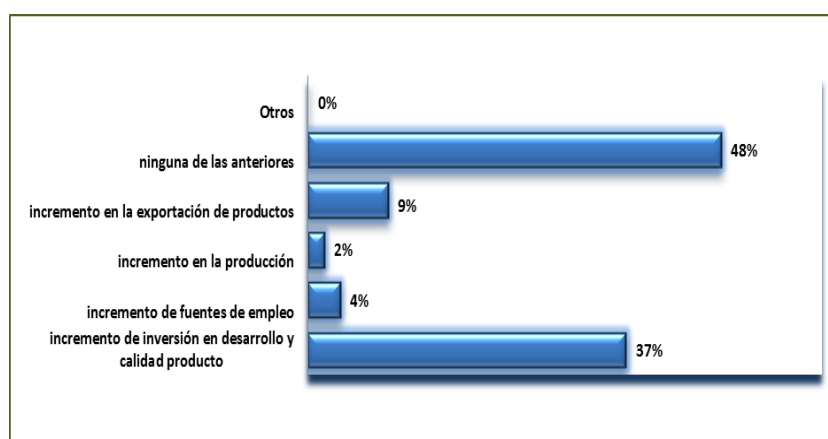
El 72% manifiesta que es posible que las empresas de producción nacional de licores cierren sus operaciones al verse afectados directamente sus volúmenes de ventas y no poder cubrir sus costos y gastos operativos así como su rentabilidad, debido a la gran cantidad de licores importados que ingresan al país proveniente de la Unión Europea que son de excelente calidad y buenos precios con los cuales la industria nacional no puede competir; mientras que el 28% se considera optimista y cree que no es posible que se cierre las empresas nacionales.

11. ¿Con la vigencia de acuerdo comercial con la Unión Europea, su empresa ha generado?

Tabla 31. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género.

| Opciones | Frecuencia | % |
|----------------------------------------------------------|------------|-------------|
| incremento de inversión en desarrollo y calidad producto | 20 | 37% |
| incremento de fuentes de empleo | 2 | 4% |
| incremento en la producción | 1 | 2% |
| incremento en la exportación de productos | 5 | 9% |
| ninguna de las anteriores | 26 | 48% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 15. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género.



Análisis:

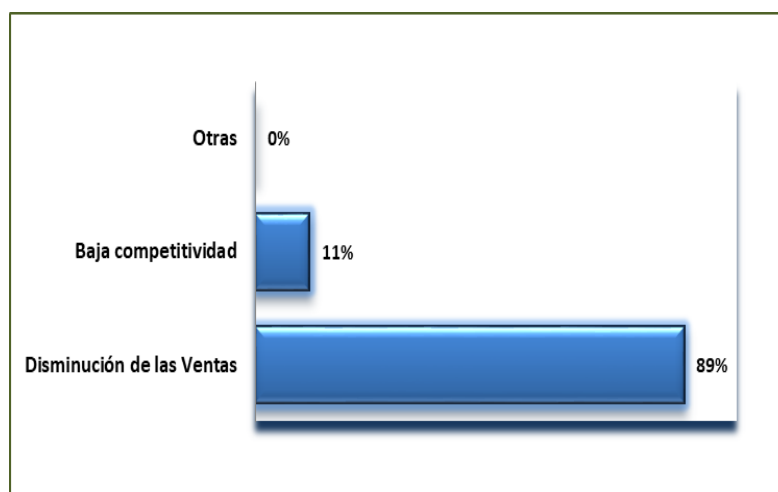
Al consultar sobre la incidencia del acuerdo comercial respecto a la generación de empleo, inversión, incremento de exportación de producto, los encuestados en un 48% manifiestan que su empresa no generó ninguna de las antes señaladas debido a la situación económica de su empresa justamente producto del acuerdo comercial con la Unión Europea; mientras que el 37% indica que su empresa incrementó la inversión en desarrollo y calidad del producto con el fin de ser competitivos en el mercado; el 9% indican que la empresa incrementó las exportación de sus productos; el 4% indica que en sus empresa incrementó las fuentes de empleo; y finalmente el 2% incrementó su producción.

12. ¿Cuáles han sido las desventajas para su empresa la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea?

Tabla 32. Desventajas tas el Acuerdo Comercial con la Unión Europea.

| Desventajas | Frecuencia | % |
|---------------------------|------------|-------------|
| Disminución de las Ventas | 48 | 89% |
| Baja competitividad | 6 | 11% |
| Otras | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 16. Desventajas tas el Acuerdo Comercial con la Unión Europea.



Análisis:

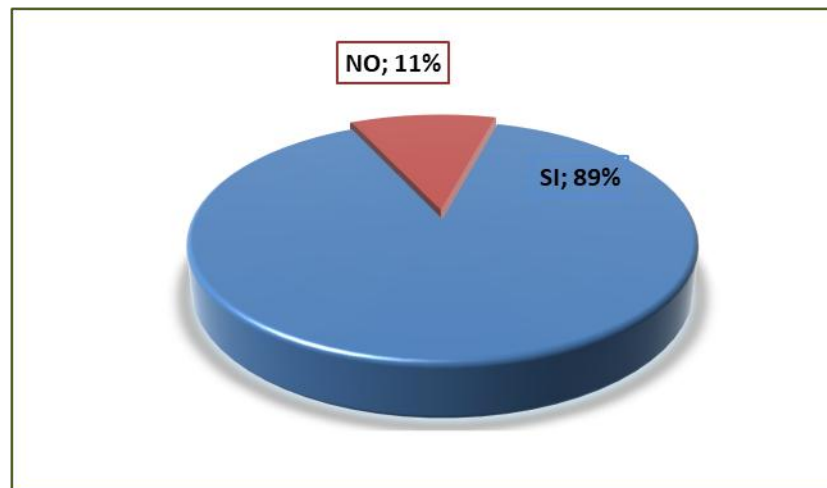
La gran mayoría en un 89% de los encuestados contestaron que la principal desventaja fue la disminución significativa de sus ventas; mientras que el 11% fue la baja competitividad.

13. ¿Según su criterio, el acuerdo comercial con la Unión Europea ayudó a combatir el contrabando?

Tabla 33. Acuerdo Comercial ayudo a combatir contrabando.

| Opinión | Frecuenci | % |
|----------------------|-----------|-------------|
| SI | 48 | 89% |
| NO | 6 | 11% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 17. Acuerdo Comercial ayudo a combatir contrabando.



Análisis:

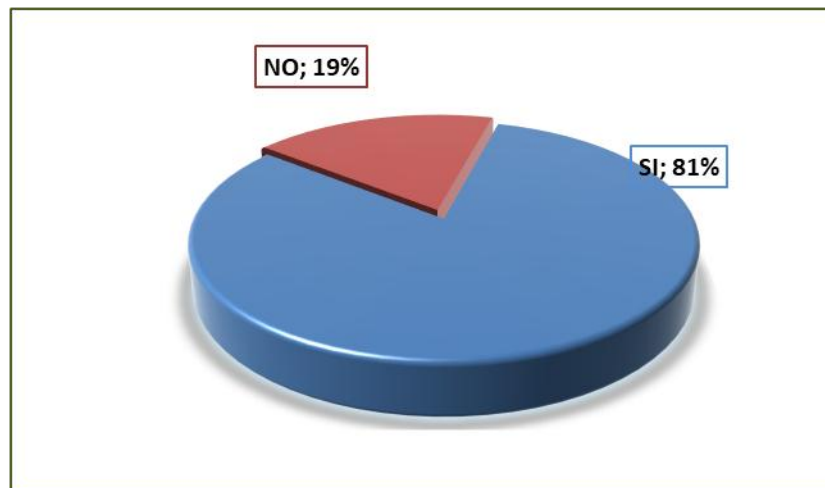
El 89% de los consultados, considera que el acuerdo con la Unión Europea ha ayudado a combatir el contrabando; mientras que el 11% indica que no ayudó y que sigue existiendo el contrabando.

14. ¿Según su criterio, considera que el etiquetado SIMAR ayuda al control fiscal?

Tabla 34. SIMAR ayuda al control fiscal.

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|-------------------|-------------|
| SI | 44 | 81% |
| NO | 10 | 19% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 18. SIMAR ayuda al control fiscal.



Análisis:

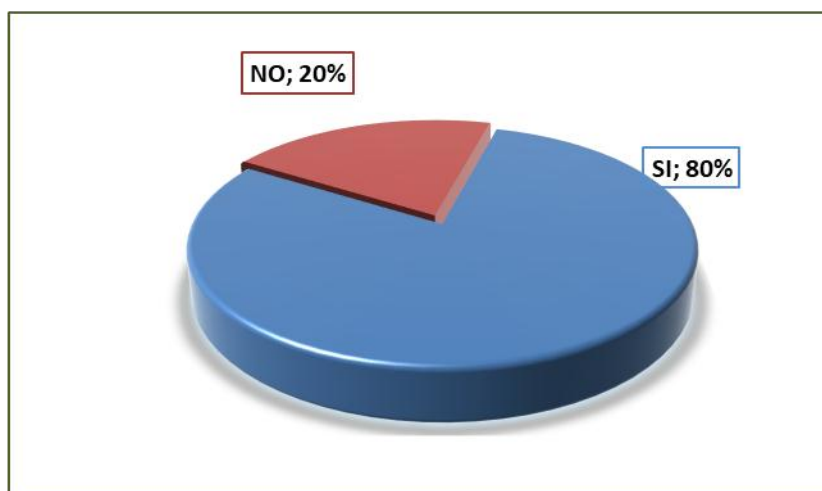
El 81% de los encuestados considera que sí es útil el SIMAR para el control fiscal; mientras que el 19% considera que no es útil ante la falta de control constante.

15. ¿Cree usted que el etiquetado SIMAR es útil para evitar el fraude fiscal en las empresas del sector licorero?

Tabla 35. SIMAR útil para evitar fraude fiscal.

| Opinión | Frecuenci | % |
|----------------------|-----------|-------------|
| SI | 43 | 80% |
| NO | 11 | 20% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 19. SIMAR útil para evitar fraude fiscal.



Análisis:

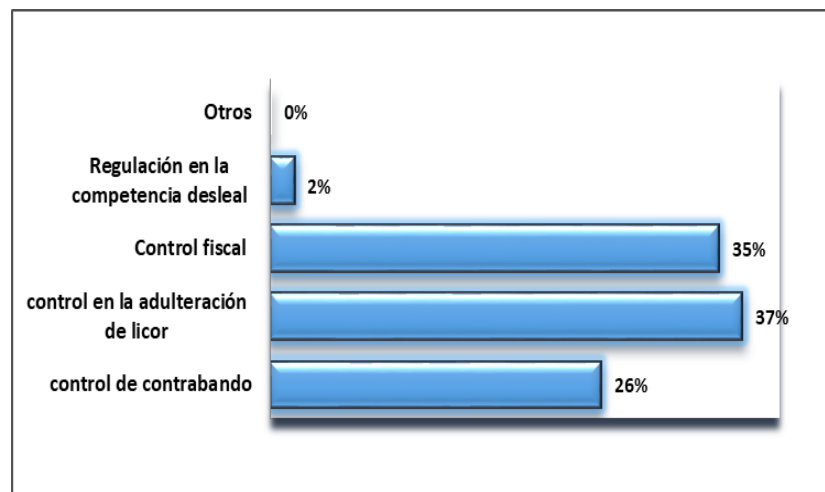
La mayoría en un 80% de los consultados, considera que el SIMAR si ayuda al control fiscal para las empresas del sector licorero ya que así, el ente de control SRI, saben en realidad cuanto producen y etiqueta lo que conlleva a la recaudación de impuestos; por otro lado el 20% considera que no ayuda ya que existe etiquetas falsificadas siendo una preocupación para las empresas de producción de bebidas alcohólicas y consumidores en general.

16. ¿Considera usted que el etiquetado SIMAR es efectivo para?

Tabla 36. SIMAR efectivo.

| Opciones | Frecuencia | % |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| control de contrabando | 14 | 26% |
| control en la adulteración de licor | 20 | 37% |
| Control fiscal | 19 | 35% |
| Regulación en la competencia desleal | 1 | 2% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 54 | 100% |

Gráfico 20. SIMAR efectivo.



Análisis:

El 37% de los encuestados considera que el etiquetado SIMAR ha sido efectivo respecto al control en la adulteración del licor, y a su vez recalcan que en algunas ocasiones se han visto afectados; el 35% indica que el etiquetado SIMAR ha sido efectivo para el control fiscal y recaudación de impuestos; el 26% señalan que es efectivo para el control de contrabando, y el 2% considera que ayuda a la regulación en la competencia desleal.

3.2. Resultados de las encuestas a distribuidores de bebidas alcohólicas

CIU: Venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación.

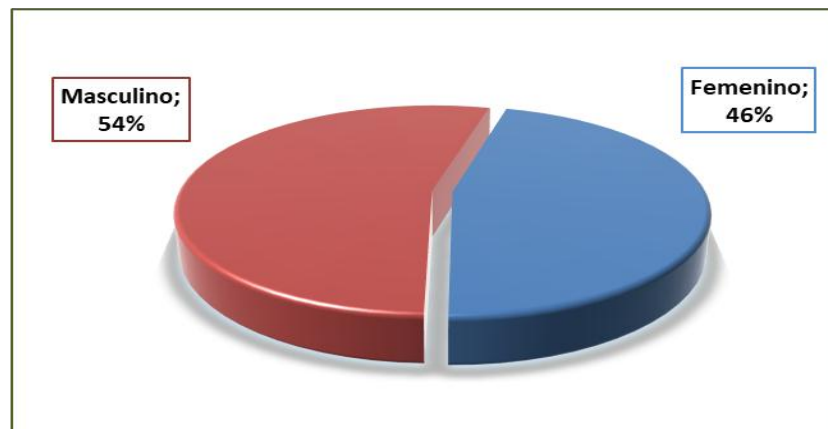
3.2.1 Generalidades.

Género:

Tabla 37. Género.

| Autodefinición | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Femenino | 48 | 46% |
| Masculino | 56 | 54% |
| Total de Encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 21. Género.



Análisis:

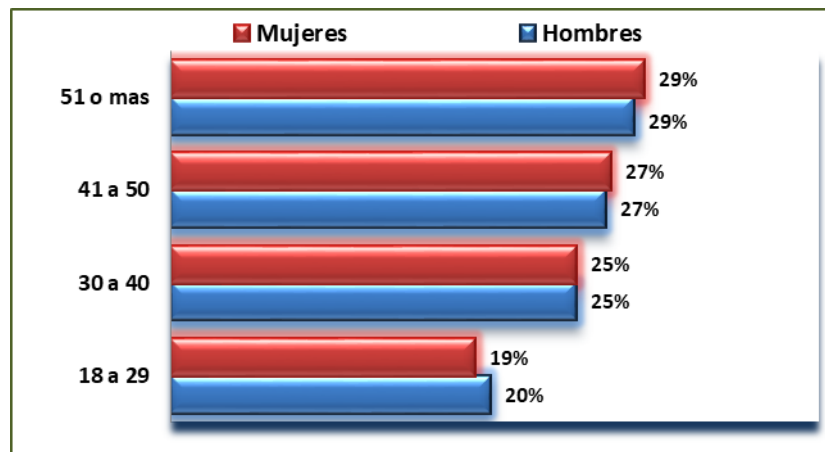
El 54% de los encuestados corresponde al género masculino; mientras que el 46% corresponde al femenino.

Edad:

Tabla 38. Edad

| Rango de Edad | Hombres | | Mujeres | |
|----------------------|------------|-------------|------------|------|
| | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| 18 a 29 | 11 | 20% | 9 | 19% |
| 30 a 40 | 14 | 25% | 12 | 25% |
| 41 a 50 | 15 | 27% | 13 | 27% |
| 51 o mas | 16 | 29% | 14 | 29% |
| Total de encuestados | 56 | 100% | 48 | 100% |

Gráfico 22. Edad.



Análisis:

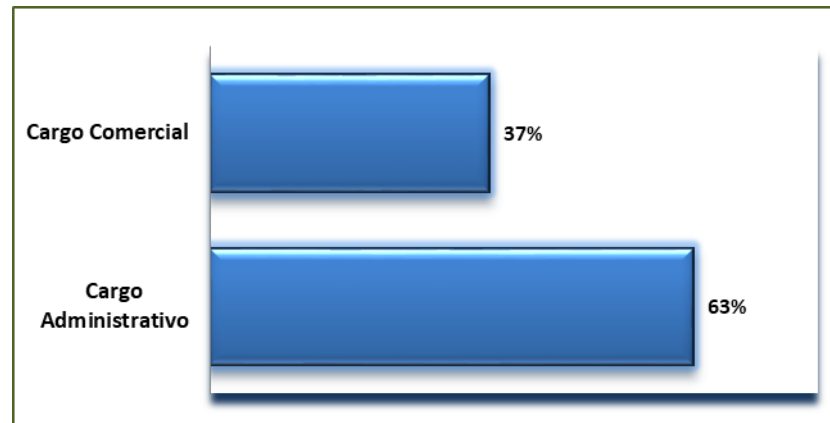
En el gráfico de edad, con un 29% tanto para mujeres como para hombres, se encuentra en el rango de edad de más de 51 años, seguido con un 27% por el rango de edad de 41 a 50 años para hombres y mujeres, y con 25% entre 30 a 40 años hombres y mujeres; por último en el rango de edad de 18 a 29 años el 19% corresponde a mujeres y el 20% corresponde a hombres.

Cargo:

Tabla 39. Cargo

| Cargo | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Cargo Administrativo | 66 | 63% |
| Cargo Comercial | 38 | 37% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 23. Cargo.



Análisis:

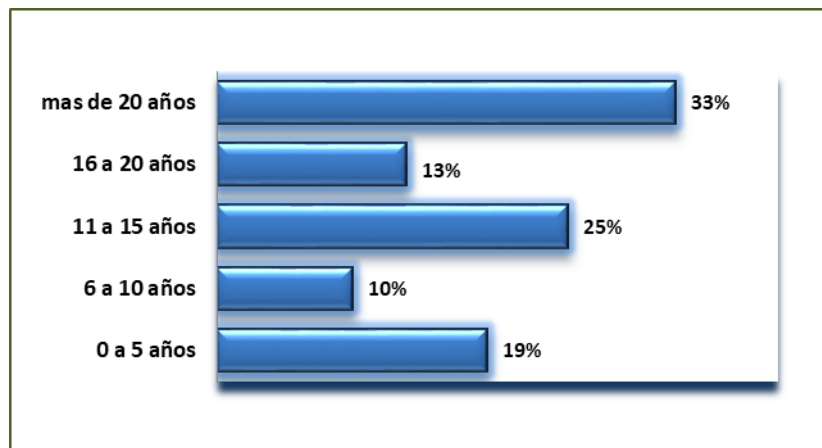
El 63% de los consultados ocupan un cargo administrativo, mientras que el 37% ocupan un cargo en el área comercial, publico que proporcionó información confiable en cuanto al desarrollando de su empresa.

Años de servicio.

Tabla 40. Años de Servicio

| Años de Servicio | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| 0 a 5 años | 20 | 19% |
| 6 a 10 años | 10 | 10% |
| 11 a 15 años | 26 | 25% |
| 16 a 20 años | 14 | 13% |
| más de 20 años | 34 | 33% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 24. Años de Servicio.



Análisis:

Las personas consultadas que están en el mercado de licores en un 33% manifiestan que sus años de servicio son más de 20 años; seguido por un 25% de 11 a 15 años; con 19% de 0 a 5 años; con el 13% de entre 16 a 20 años y finalmente de 6 a 10 años le corresponde al 10%; brindando la confianza en la información proporcionada, ya que conocen y viven de cerca la situación real del mercado.

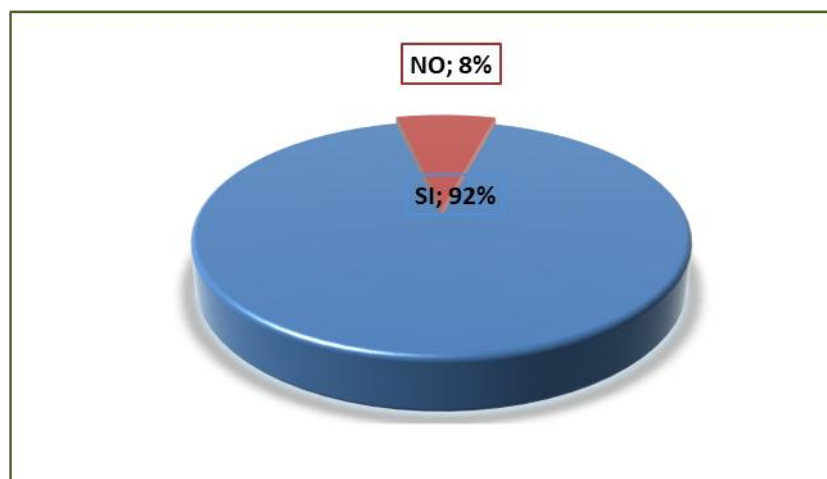
3.2.2 Análisis de preguntas.

1. ¿Considera usted que ha sido beneficioso para el sector licorero la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea?

Tabla 41. Acuerdo Beneficioso sector licorero

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 96 | 92% |
| NO | 8 | 8% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 25. Acuerdo Beneficioso sector licorero.



Análisis:

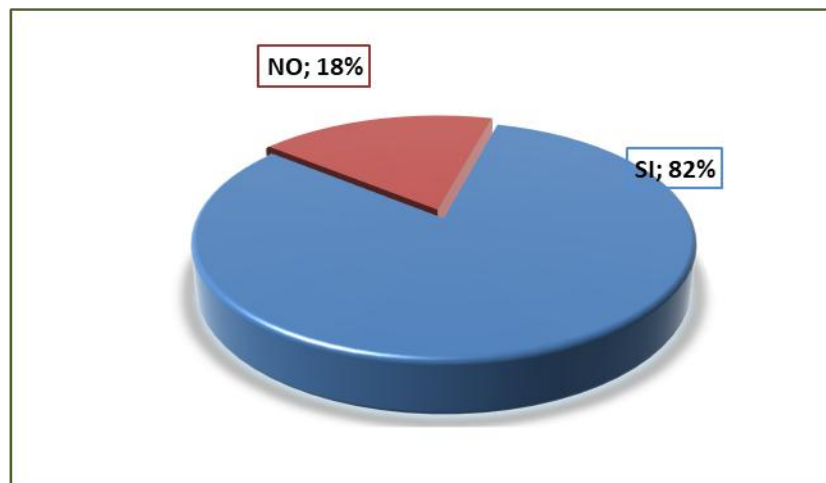
Respecto si ha sido beneficioso para el sector licorero el Acuerdo comercial con la Unión Europea, el 92% de los encuestados dentro de las empresas Distribuidoras de bebidas alcohólicas, consideran que fue beneficioso la entrada en vigor del acuerdo debido a la gran variedad de licores importados, mientras que el 8% manifiesta que no ha sido beneficioso.

2. ¿Con la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea se han incrementado sus ventas anuales?

Tabla 42. Con el Acuerdo comercial con UE se han incrementado ventas

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 85 | 82% |
| NO | 19 | 18% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 26. Con el Acuerdo comercial con UE se han incrementado ventas.



Análisis:

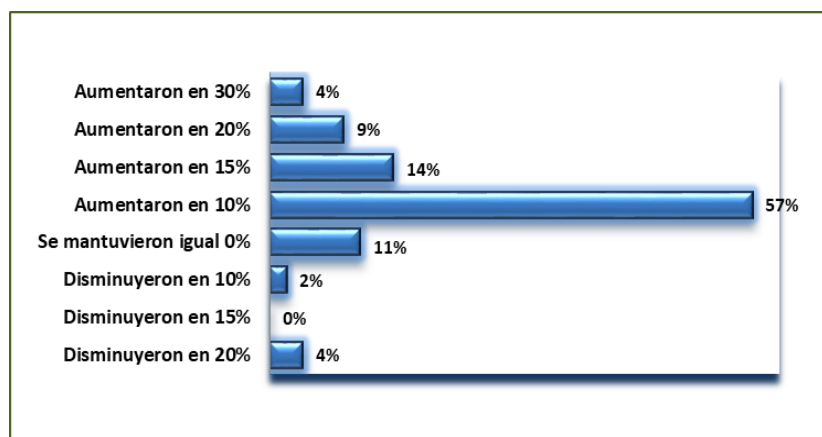
Para el 82% de los encuestados de las empresas distribuidores de bebidas alcohólicas manifiesta que se han incrementado sus ventas a partir de entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea, mientras que el 18% no ha visto un incremento en sus ventas.

3. ¿Si se hace una comparación entre las ventas anuales de su empresa del año 2016, con las del año 2018 en que porcentaje mejoraron, se mantuvieron o disminuyeron?

Tabla 43. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018

| Incidencia en ventas | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Disminuyeron en 20% | 4 | 4% |
| Disminuyeron en 15% | 0 | 0% |
| Disminuyeron en 10% | 2 | 2% |
| Se mantuvieron igual 0% | 11 | 11% |
| Aumentaron en 10% | 59 | 57% |
| Aumentaron en 15% | 15 | 14% |
| Aumentaron en 20% | 9 | 9% |
| Aumentaron en 30% | 4 | 4% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 27. Incidencia en ventas anuales 2016 vs 2018.



Análisis:

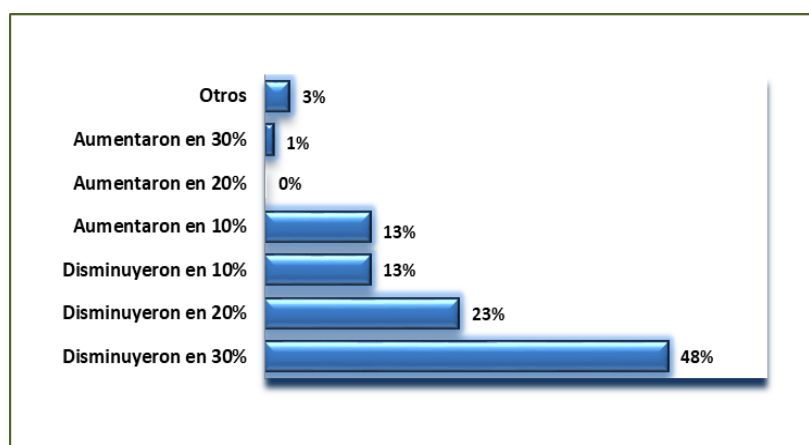
En relación a la incidencia en ventas anuales del año 2018 respecto al año 2016, el 57% indicaron que sus ventas aumentaron en un 10%, seguido del 14% que manifiestan que sus ventas aumentaron en un 15%, el 11% indican que se mantienen las ventas; mientras que el 9% señalan que sus ventas aumentaron un 20%, el 4% contestó que aumentaron sus ventas en un 30%; sin embargo, el 4% manifestaron que tuvieron una disminución del 20% y el 2% una disminución de ventas en un 10%. En términos generales la gran mayoría de los encuestados manifiestan un incremento en sus ventas con la aplicación del acuerdo comercial.

4. ¿Sobre las ventas de licor de producción nacional en que porcentaje disminuyeron o incrementaron desde la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea en su empresa?

Tabla 44. Incidencia en ventas en licores nacionales

| Incidencia en ventas | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Disminuyeron en 30% | 50 | 48% |
| Disminuyeron en 20% | 24 | 23% |
| Disminuyeron en 10% | 13 | 13% |
| Aumentaron en 10% | 13 | 13% |
| Aumentaron en 20% | 0 | 0% |
| Aumentaron en 30% | 1 | 1% |
| Otros | 3 | 3% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 28. Incidencia en ventas en licores nacionales.



Análisis:

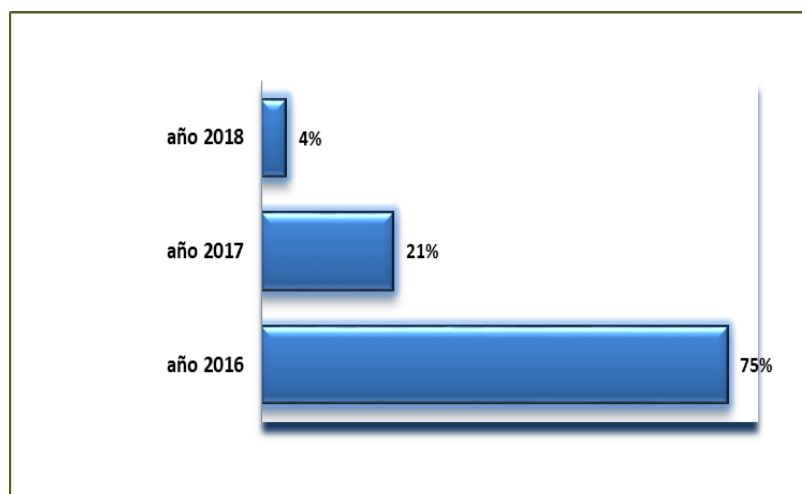
Al consultar sobre la incidencia en las ventas de licores nacionales, el 48% contestó que se disminuyeron un 30%, el 23% que disminuyeron las ventas en un 20%, el 13% disminuyeron el 10%, sin embargo el 13% manifiesta que aumentaron las ventas de licor nacional en un 10%, y el 1% aumentaron el 30%. La gran mayoría de consultados de empresas de distribución de licores, indican que la incidencia de ventas de licores nacionales disminuyeron entre el 10 al 30% con la entrada en vigor del acuerdo comercial.

5. ¿Qué año fue el de mayor volumen de ventas de licor nacional en su empresa?

Tabla 45. Años de mayor volumen de ventas en licores nacionales.

| Mayor volumen de ventas | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| año 2016 | 78 | 75% |
| año 2017 | 22 | 21% |
| año 2018 | 4 | 4% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 29. Años de mayor volumen de ventas en licores nacionales.



Análisis:

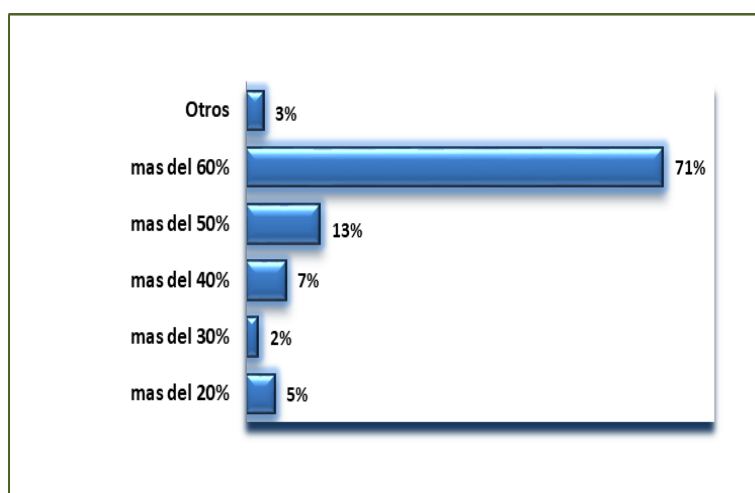
Para la gran mayoría de encuestados de empresas Distribuidoras en un 75% consideran que el mayor volumen de ventas de licor nacional fue en el año 2016; mientras que el 21% respondió que fue en el año 2017; y finalmente el 4% contestó que fue en el año 2018.

6. ¿Qué porcentaje de sus ventas anuales corresponde a licores importados?

Tabla 46. Ventas de licores importados.

| Ventas | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| más del 20% | 5 | 5% |
| más del 30% | 2 | 2% |
| más del 40% | 7 | 7% |
| más del 50% | 13 | 13% |
| más del 60% | 74 | 71% |
| Otros | 3 | 3% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 30. Ventas de licores importados.



Análisis:

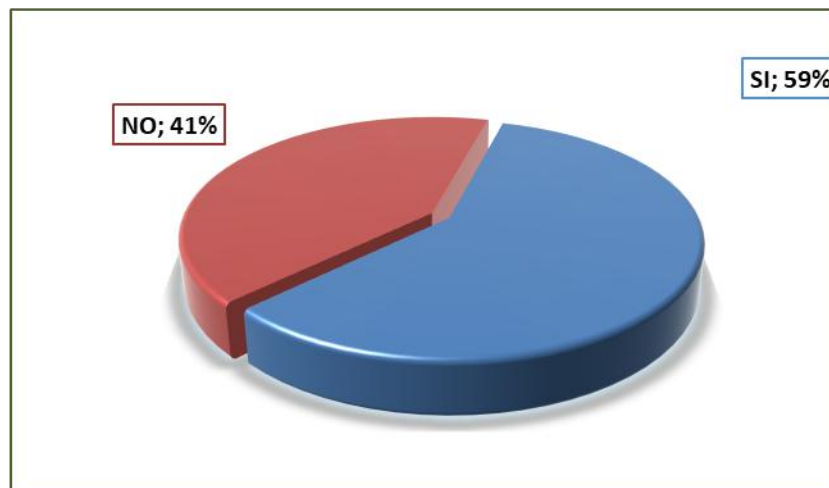
Respecto al porcentaje de ventas de licores importados dentro de las empresas Distribuidoras de bebidas alcohólicas, manifiestan el 71%, que de las ventas totales más del 60% de los licor vendidos son importados; el 13% indica que más del 50% de sus ventas son de licores importados, lo que implica un gran porcentaje de las ventas totales que realizan las distribuidoras son licores importados en comparación con los licores nacionales.

7. ¿Piensa que los licores nacionales pueden competir con el licor importado proveniente de la Unión Europea?

Tabla 47. Pueden competir licores nacionales vs licores importados.

| Opinión | Frecuencia | % |
|----------------------|------------|-------------|
| SI | 61 | 59% |
| NO | 43 | 41% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 31. Pueden competir licores nacionales vs licores importados.



Análisis:

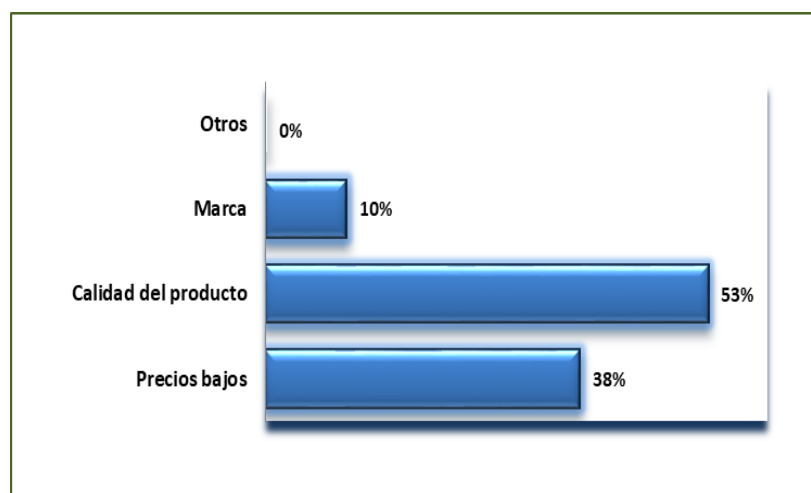
El 59% de los encuestados, manifiesta que el licor de producción nacional si puede competir con el licor importado, mientras que el 41% cree que el licor nacional no puede competir, esto en base a su experiencia en ventas como empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas.

8. ¿Según su criterio, cuáles son los factores por los que licores nacionales no podrían competir con los licores importados de la UE?

Tabla 48. Factores porque no pueden competir licores nacionales vs licores importados.

| Factores | Frecuencia | % |
|-----------------------------|-------------------|-------------|
| Precios bajos | 39 | 38% |
| Calidad del producto | 55 | 53% |
| Marca | 10 | 10% |
| Otros | | 0% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 32. Factores porque no pueden competir licores nacionales vs licores importados.



Análisis:

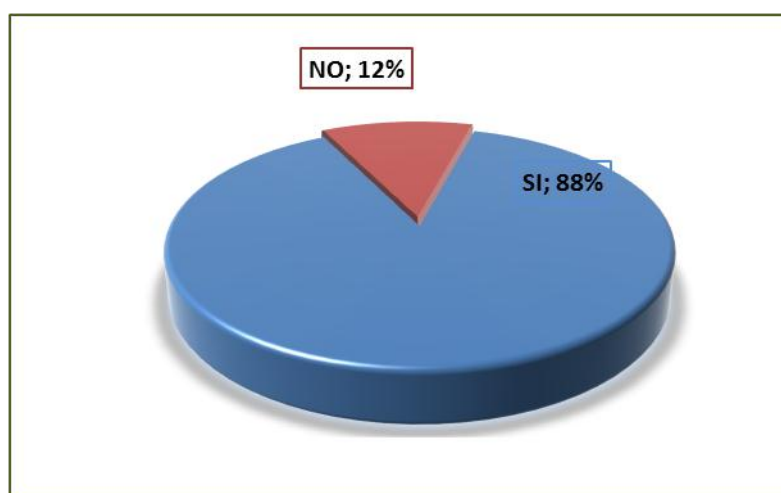
El 53% de los encuestados manifiesta que el licor nacional no puede competir con el licor importado por la calidad de los producto de procedencia internacional; seguido del 38% que considera que no puede competir por los precios bajos y finalmente el 10% cree que por las marcas reconocidas.

9. ¿Cree usted que con la aplicación de salvaguardias, se ayudó a las marcas nacionales de licores a darse a conocer?

Tabla 49. Salvaguardias ayudo a las marcas nacionales de licores.

| Opinión | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| SI | 92 | 88% |
| NO | 12 | 12% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 33. Salvaguardias ayudo a las marcas nacionales de licores.



Análisis:

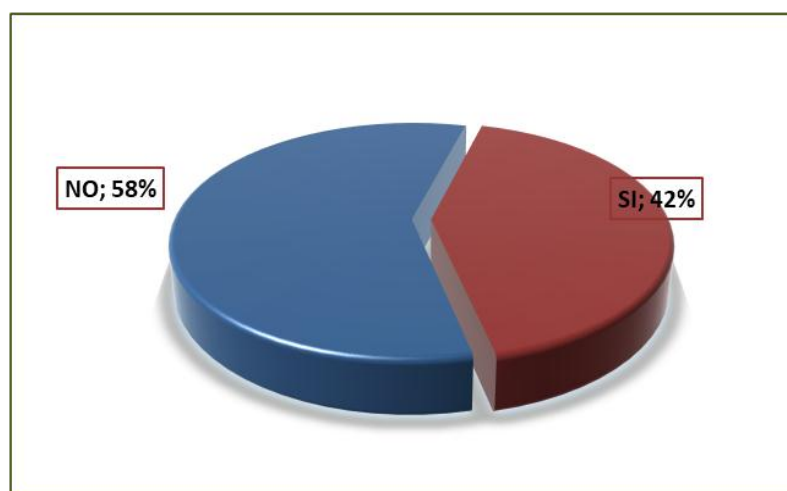
Al referirnos a la ayuda que brindaron las salvaguardias a las marcas de licor nacional, el 88% considera que la aplicación de salvaguardias si ayudo a las marcas nacionales, ya que se les dio la oportunidad de darse a conocer como industria nacional, mientras que el 12% señala que no ayudo las salvaguardias en ese sentido, ya que algunas marcas nacionales ya eran conocidas.

10. ¿Es posible que las empresas de producción de licores nacionales cierren, por falta de ventas debido al incremento de importación de licor desde UE?

Tabla 50. Cierre de empresas de producción nacional de licores.

| Opinión | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| SI | 44 | 42% |
| NO | 60 | 58% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 34. Cierre de empresas de producción nacional de licores



Análisis:

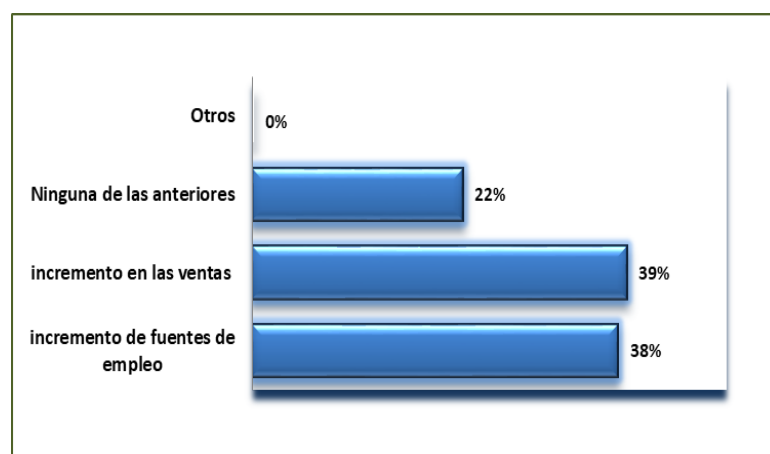
El 42% de los encuestados de las empresas distribuidoras de licores, señaló que si es posible el cierre de las empresas de producción nacional de licores debido a la disminución de sus ventas, sin embargo, el 58% cree que no es posible el cierre de las empresas de producción nacional ya que tiene una participación en el mercado.

11. ¿Con la vigencia de acuerdo comercial con la Unión Europea, su empresa ha generado?

Tabla 51. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género.

| Opciones | Frecuencia | % |
|---------------------------------|------------|-------------|
| incremento de fuentes de empleo | 40 | 38% |
| incremento en las ventas | 41 | 39% |
| Ninguna de las anteriores | 23 | 22% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 35. Tras el Acuerdo comercial con UE, su empresa género.



Análisis:

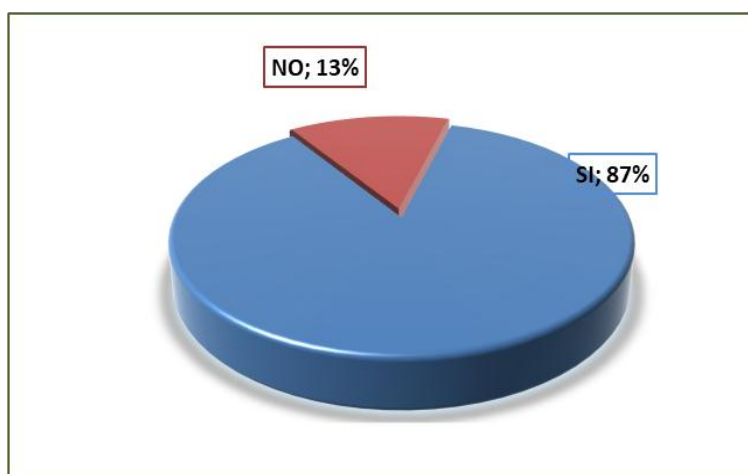
Tras la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, los encuestados manifestaron en un 39% que se generó un incremento sus ventas; el 38% genero un incremento de fuentes de empleo; mientras que el 22% no realizó ninguna acción.

12. ¿Según su criterio, el acuerdo comercial con la Unión Europea ayudó a combatir el contrabando?

Tabla 52. El Acuerdo Comercial con UE ayudo a combatir contrabando.

| Opinión | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| SI | 90 | 87% |
| NO | 14 | 13% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 36. El Acuerdo Comercial con UE ayudo a combatir contrabando.



Análisis:

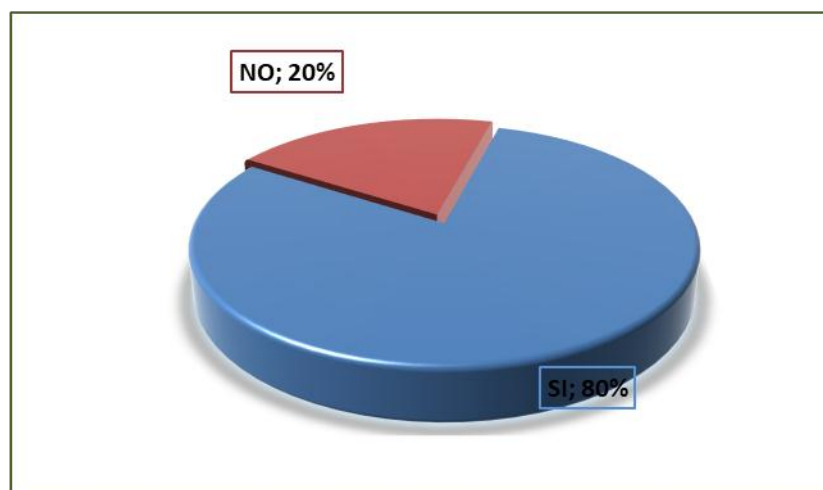
El 87% de los consultados, considera que el acuerdo comercial con la Unión Europea ha ayudado a combatir el contrabando; mientras que el 13% indica que no ayudo y sigue existiendo el contrabando.

13. ¿Según su criterio, considera que el etiquetado SIMAR ayuda al control fiscal?

Tabla 53. SIMAR ayudo al control fiscal.

| Opinión | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| SI | 83 | 80% |
| NO | 21 | 20% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 37. SIMAR ayudo al control fiscal.



Análisis:

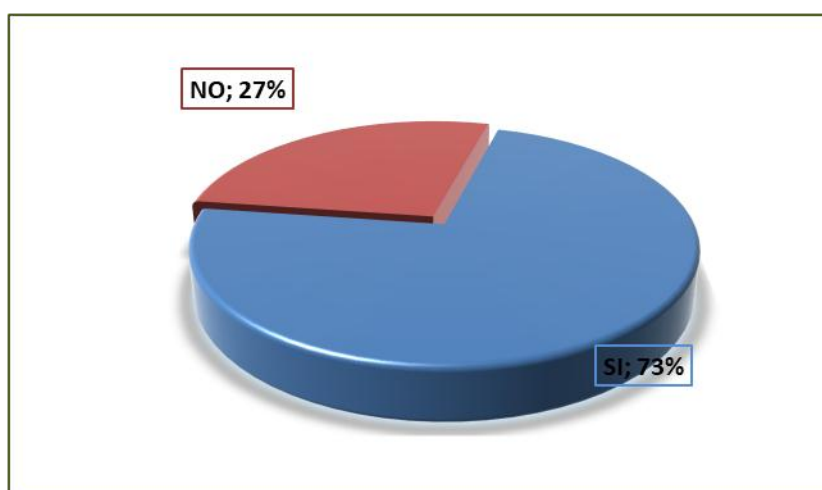
El 80% de los consultados considera que el etiquetado SIMAR si ayuda al control fiscal tanto para la producción nacional como para los licores importados; mientras que el 20% señalan que no ayudo al control fiscal por falta de control y seguimiento constante.

14. ¿Cree usted que el etiquetado SIMAR es útil para evitar el fraude fiscal en las empresas del sector licorero?

Tabla 54. SIMAR útil para evitar el fraude fiscal.

| Opinión | Frecuencia | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| SI | 76 | 73% |
| NO | 28 | 27% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 38. SIMAR útil para evitar el fraude fiscal.



Análisis:

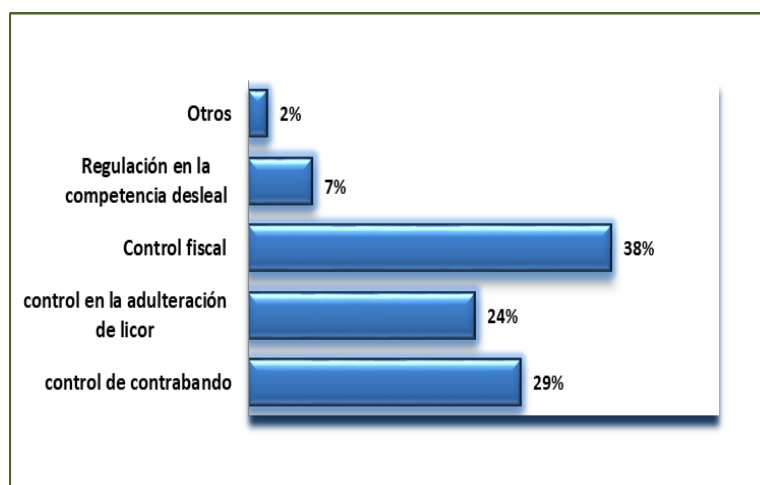
Al referirnos a la utilidad del etiquetado SIMAR para evitar el fraude fiscal, el 73% señala que si ayuda a evitar el fraude fiscal al sector licorero por la cuantificación de las etiquetas para licores nacionales e importados; por otro lado el 27% considera que no ha ayudado, ya que existen etiquetas falsificadas.

15. ¿Considera usted que el etiquetado SIMAR es efectivo para?

Tabla 55. SIMAR es efectivo.

| Opciones | Frecuencia | % |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| control de contrabando | 30 | 29% |
| control en la adulteración de licor | 25 | 24% |
| Control fiscal | 40 | 38% |
| Regulación en la competencia desleal | 7 | 7% |
| Otros | 2 | 2% |
| Total de encuestados | 104 | 100% |

Gráfico 39. SIMAR es efectivo.



Análisis:

El 38% de los encuestados considera que el etiquetado SIMAR ha sido efectivo respecto al control fiscal; el 29% señalan que es efectivo para el control del contrabando; el 24% indican la efectividad en el control en la adulteración de licor; y el 7% dicen que ayuda a la regulación en la competencia desleal.

3.3 Análisis S.W.O.T. (F.O.R.D.)

Luego de haber presentado los resultados de las encuestas tanto de empresas de producción nacional de bebidas alcohólica, así como de empresas distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas, se ha identificado las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Riesgos que ayudarán a visualizar la situación en este sector.

Tabla 56. Análisis FODR

| ENPRESAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS | ENPRESAS DISTRIBUIDORAS AL POR MAYOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FACTORES ÍTERNOS - FORTALEZA | |
| <ul style="list-style-type: none">• La experiencia de su personal oscila entre 1 a 15 años.• Con la vigencia del acuerdo las empresas de producción de bebidas alcohólicas en un 67% redujeron los precios y mejoraron la calidad de sus productos.• El 37% de las empresas incrementó la inversión en desarrollo y calidad del producto con la vigencia del acuerdo.• Las empresas de producción de bebidas alcohólicas tienen la ventaja de conocer los gustos y preferencias del consumidor interno, así como el acceso a materia prima nacional de buena calidad.• La producción de bebidas alcohólicas nacional posee características de calidad y presentación adaptadas a los gustos y preferencias del consumidor. | <ul style="list-style-type: none">• La experiencia de su personal oscila entre 6 a 15 años en el sector.• 75% de las empresas considera que el año 2016 fue el de mayor volumen de ventas de licores nacionales.• El 38% de las empresas incrementó las fuentes de empleo a raíz del acuerdo comercial• Las empresas distribuidoras de bebidas alcohólicas tienen la fortaleza de conocer el mercado nacional, conocer los gustos y preferencias de los consumidores así como las características de los productos que distribuyen.• Por su conocimiento del mercado pueden incorporar diversidad de productos en mayor cantidad. |

Tabla 56. (Continua)

**EMPRESAS DE PRODUCCIÓN
NACIONAL DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS**

**EMPRESAS DISTRIBUIDORAS AL POR
MAYOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

FACTORES INTERNOS – DEBILIDADES

- Existe una falta de equidad de género ya que solo el 31% es personal femenino.
- El 48% de las empresas Productoras de bebidas alcohólicas no han aplicado ninguna estrategia para ser competitivos de cara al Acuerdo Comercial con la Unión Europea.
- Las empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas no están preparadas para para atender mercados internacionales fuertes, ya que se han enfocado en atender al mercado interno, adicional a ello el desconocimiento de temas respecto a la exportación de producto, frenando de alguna manera su expansión al mercado internacional.
- 53% de las empresas Distribuidoras consideran que la calidad de los licores nacionales no les permiten competir con los licores importados, mientras que 38% señala que es por los precios bajos de los licores importados.

FACTORES EXTERNOS – OPORTUNIDADES

- El 52% de las empresas productoras ven como oportunidad la apertura de nuevos mercados.
- El 37% consideran un beneficio la adquisición de materia prima proveniente de la Unión Europea.
- Observando como oportunidad la apertura de nuevos mercados internacionales.
- Incremento en la inversión en desarrollo y tecnología que mejoren los procesos producción, calidad del producto y desarrollo nuevos y mejores productos.
- licor incrementaron sus ventas con la entrada en vigor del Acuerdo comercial con la Unión Europea.
- Tras el incremento de producto importado, la oportunidad de ampliar los canales de distribución, con mayor cobertura en puntos de venta a nivel nacional.
- El 84% de las empresas Distribuidoras incrementaron sus ventas entre el 10% al 30% con la entrada en vigor el Acuerdo Comercial UE.

Tabla 56. (Continua)

**ENPRESAS DE PRODUCCIÓN
NACIONAL DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS**

**ENPRESAS DISTRIBUIDORAS AL
POR MAYOR DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS**

FACTORES EXTERNOS – OPORTUNIDADES

- Las empresas en un 100% considera beneficioso la aplicación de salvaguardias al sector licorero.
- El 89% de las empresas considera que la entrada en vigor del acuerdo ayudó a combatir el contrabando.
- 81% de las empresas manifiesta que el etiquetado SIMAR ayuda al control fiscal y evita el fraude.
- El 98% de las empresas considera que el etiquetado SIMAR ayuda al control de contrabando, control de bebidas adulteradas y competencia desleal.
- 82% de las empresas Distribuidoras de
- El 92% de las empresas Distribuidoras se beneficiaron con la entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea.
- 59% de las empresas considera que la producción nacional de licor si puede competir con los licores importados.
- Reconocimiento de marcas de licores de producción Nacional
- 71% de las empresas venden más licores importados que superan el 60% de sus ventas totales.
- 88% de las empresas distribuidoras indican que medidas como las salvaguardias si ayudan a la industria nacional.
- El 87% de las empresas distribuidoras de alcohólicas consideran que el acuerdo comercial con la Unión Europea ayudó a combatir el contrabando.
- El 80% considera que el etiquetado SIMAR ayuda al control fiscal y evita el fraude.
- El 38% considera que SIMAR es efectivo en el control fiscal, el 29% al control del contrabando, 14% control de licor adulterado.

Tabla 56. (Continua)

**EMPRESAS DE PRODUCCIÓN
NACIONAL DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS**

**EMPRESAS DISTRIBUIDORAS AL POR
MAYOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

FACTORES EXTERNOS – RIESGOS

- El 89% de las empresas de producción de bebidas alcohólicas se ha visto perjudicadas con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial Unión Europea.
- Tras una reducción de ventas el riesgo de no cubrir sus expectativas de rendimiento y más aún sus costos de producción.
- El 72% consideran posible el cierre de sus empresas por disminución de ventas debido al ingreso de licores importados de la Unión europea.
- El 89% de las empresas han disminuido sus ventas significativamente con la vigencia del Acuerdo comercial con la UE.
- El 91% de las empresas disminuyeron sus ventas entre el 10 al 30% con la entrada en vigor del acuerdo comercial
- El 72% de las empresas manifiestan que no pueden competir con los licores importados desde la Unión europea, ya sea por precios bajo y marcas reconocidas de los licores importados.
- El 48% de las empresas disminuyeron la venta de licores nacionales del 10 al 20%.
- El 42% de las empresas distribuidoras de alcohol considera un riesgo posible el cierre de empresas productoras de licores nacionales.
- El incremento de competencia para catar participación de mercado.
- A pesar el etiquetado SIMAR existe licores adulterados en el mercado, así como etiquetas falsificadas.

Elaborado por: Milton Manotoa

3.4 Análisis tributario sector licorero enfocado a las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay

En este segundo apartado se consideran los datos de carácter públicos proporcionados por las fuentes oficiales respecto a la recaudación tributaria de los años 2016, 2017 y 2018 con el fin de evidenciar la evolución en las recaudaciones, una vez entrado en vigor el Acuerdo Comercial con la Unión Europea desde el 1 de enero de 2017.

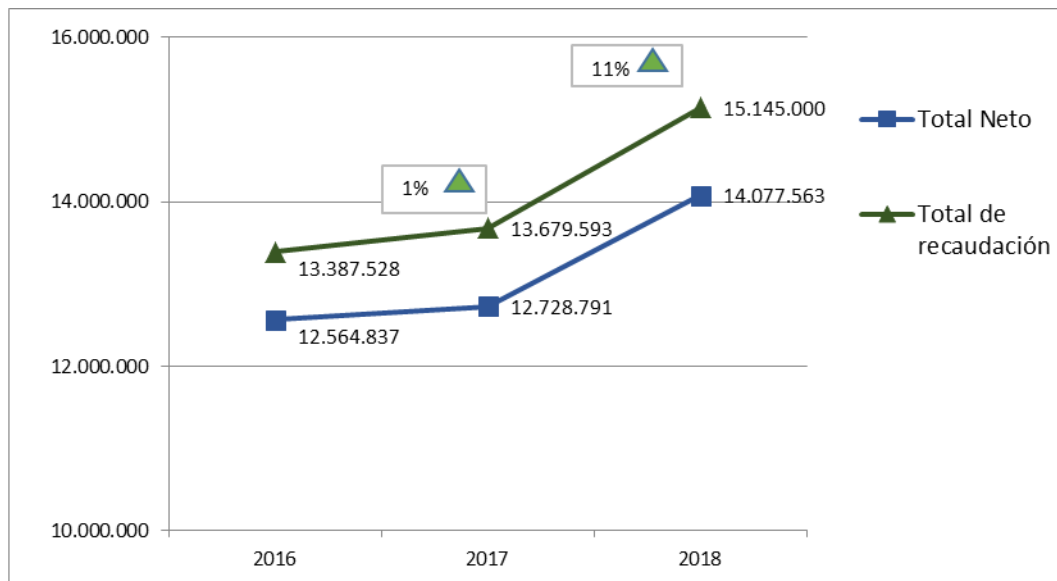
3.4.1 Recaudación tributaria consolidada nacional. A continuación se presenta las recaudaciones consolidadas de carácter nacional:

Tabla 57. Recaudación consolidado nacional años 2016-2017-2018.

| CONCEPTOS | -miles de dólares- | | |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| TOTAL RECAUDACIÓN SIN REMISIÓN Y CONTRIBUCIONES | 12.226.781 | 13.224.892 | 15.130.027 |
| Impuesto a la Renta Recaudado | 3.946.284 | 4.177.023 | 5.319.721 |
| Impuesto al Valor Agregado | 5.704.147 | 6.317.103 | 6.736.122 |
| IVA de Operaciones Internas | 4.374.850 | 4.671.557 | 4.789.068 |
| IVA de Importaciones | 1.329.296 | 1.645.546 | 1.947.054 |
| Impuesto a los Consumos Especiales | 798.330 | 949.402 | 985.439 |
| ICE de Operaciones Internas | 674.265 | 740.547 | 714.378 |
| ICE de Importaciones | 124.065 | 208.855 | 271.061 |
| Impuestos Fomento Ambiental | 140.269 | 142.123 | 154.273 |
| Impuesto Redimible Botellas Plásticas no Retornables | 28.244 | 35.299 | 119.487 |
| Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular | 112.025 | 106.824 | 34.785 |
| Impuesto a los Vehículos Motorizados | 194.675 | 191.480 | 214.621 |
| Impuesto a la Salida de Divisas | 964.659 | 1.097.642 | 1.206.090 |
| Imp. Activos en el Exterior | 46.910 | 34.876 | 29.594 |
| RISE | 18.783 | 22.105 | 22.836 |
| Regalías, patentes y utilidades de conservación minera | 50.210 | 52.965 | 55.976 |
| Tierras Rurales | 7.853 | 7.313 | 2.345 |
| Contribución para la atención integral del cáncer | 90.259 | 96.677 | 104.270 |
| Intereses por Mora Tributaria | 135.666 | 78.417 | 186.607 |
| Multas Tributarias Fiscales | 50.181 | 49.583 | 43.494 |
| Otros Ingresos | 78.554 | 8.180 | 68.639 |
| Contribución solidaria sobre el patrimonio | 201.540 | 15.969 | 6.002 |
| Contribución solidaria sobre las utilidades | 355.240 | 18.950 | 4.269 |
| Contribución solidaria sobre bienes inmuebles y derechos | 141.064 | 2.614 | 1.093 |
| Contribución solidaria de un día de remuneración | 60.459 | 4.852 | 85 |
| Contribución 2% IVA | 402.444 | 412.316 | 3.525 |
| SUBTOTAL CONTRIBUCIONES SOLIDARIAS | 1.160.747 | 454.701 | 14.974 |
| TOTAL RECAUDACIÓN SIN REMISIÓN Y CON | 13.387.528 | 13.679.593 | 15.145.000 |
| TOTAL RECAUDACIÓN | 13.387.528 | 13.679.593 | 15.145.000 |
| (-) Notas de Crédito | 693.445 | 716.262 | 713.541 |
| (-) Compensaciones | 31.419 | 37.419 | 112.567 |
| TOTAL EFECTIVO | 12.662.664 | 12.925.911 | 14.318.892 |
| (-) Devoluciones | 97.828 | 197.120 | 241.329 |
| TOTAL NETO | 12.564.837 | 12.728.791 | 14.077.563 |

Fuente: SRI 2019**Elaborado por:** Milton Manotoa

Gráfico 40. Recaudación consolidado nacional años 2016-2017-2018 - miles de dólares.



Como se puede observar en el año 2016 se alcanzó una recaudación tributaria de alrededor 13.387'528 millones de dólares; para el año 2017, ya con la vigencia del Acuerdo Comercial con la Unión Europea se recaudó 13.679'593 millones de dólares, con un incremento menor del 1% respecto del año 2016; sin embargo para el año 2018 se alcanzó la cifra de 15.145'000 millones de dólares lo que implicó un incremento en la recaudación 11% respecto al año 2017; escenario en términos generales positivo y beneficioso para el estado ecuatoriano por cuanto se evidencia mayor recaudación en sus ingresos permanentes con la vigencia del Acuerdo Comercial.

Cabe mencionar que los principales impuesto que generaran mayor contribución a la recaudación consolidada nacional son el Impuesto al valor agregado y el Impuesto a la Renta, que para el año 2018, aportaron a la recaudación total con el 44% y 35% respectivamente; mientras que el Impuesto a la Salida de Divisas contribuye con el 8% del total recaudado, seguido del Impuesto de consumos especiales ICE con el 7%.

Impuesto a los consumos especiales

Respecto a la recaudación del Impuesto de consumos especiales se obtuvieron las siguientes cifras:

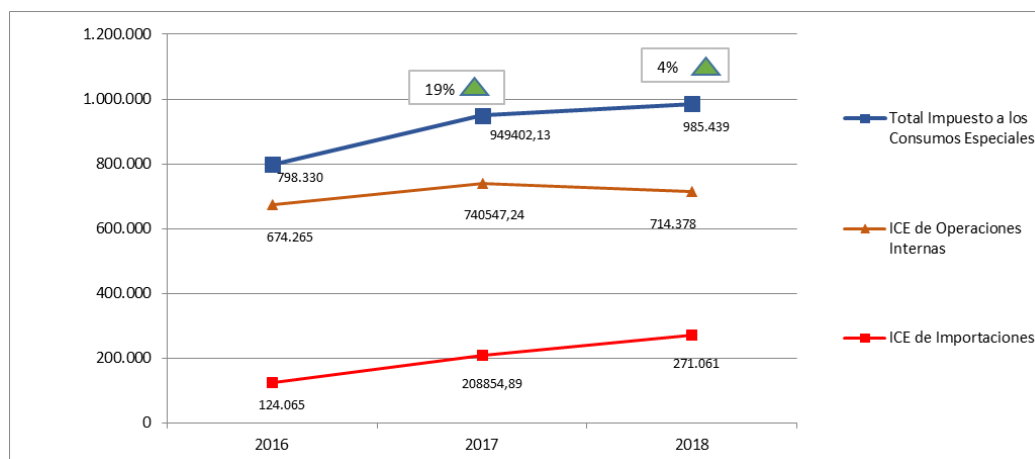
Tabla 58. Impuesto a los consumos especiales consolidado nacional 2016-2017-2018.

| CONCEPTOS | -miles de dólares- | | |
|-------------------------------------------------|--------------------|----------------|----------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| Total Impuesto a los Consumos Especiales | 798.330 | 949.402 | 985.439 |
| ICE de Operaciones Internas | 674.265 | 740.547 | 714.378 |
| ICE de Importaciones | 124.065 | 208.855 | 271.061 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 41. Impuesto a los consumos especiales consolidado nacional 2016-2017-2018.



En el año 2016, se recaudó por concepto del ICE global que incluye ICE de operaciones internas e ICE de importaciones, la cantidad de \$798.330 millones de dólares americanos, para el año 2017 se alcanzó la recaudación de \$949.402 millones de dólares lo que representó un incremento de 19% respecto del año 2016, ya con la vigencia del

acuerdo comercial con la Unión europea; para el año 2018 se recaudó al cantidad de \$985.439 millones de dólares lo que significó un incremento menor del 4% respecto del año 2017, debido a que en el año 2018 se evidencia un decrecimiento en la recaudación de ICE en operaciones internas del – 3.53% respecto al año 2017. Cabe señalar que la contribución mayor en la recaudación del ICE global, lo realiza el ICE de operaciones internas para todos los años, en el año 2018, el ICE de operaciones internas contribuyo con el 72% de la recaudación global, mientras que el ICE de importaciones contribuyo con el 30%.

En los datos publicados por SRI, respecto a la recaudación tributaria en el desagregado del Impuesto a los consumos especiales se observa el siguiente comportamiento:

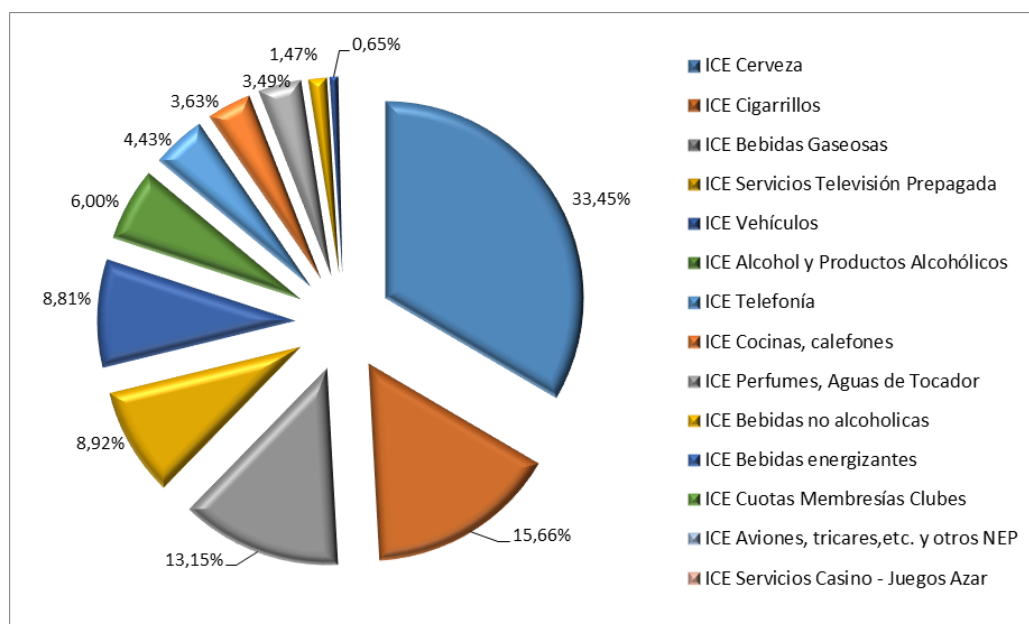
Tabla 59. Desagregado en recaudación ICE 2016-2017-2018.

| CONCEPTOS | -miles de dólares- | | |
|------------------------------------------|--------------------|----------------|----------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| Total Impuesto a los Consumos Especiales | 798.330 | 949.402 | 985.439 |
| ICE de Operaciones Internas | 674.265 | 740.547 | 714.378 |
| ICE Cigarrillos | 158.370 | 126.336 | 111.840 |
| ICE Bebidas Gaseosas | 108.644 | 102.959 | 93.943 |
| ICE Aguas Minerales y Purificadas | 0 | 0 | 0 |
| ICE Alcohol y Productos Alcohólicos | 34.934 | 37.524 | 42.876 |
| ICE Cerveza | 194.357 | 236.750 | 238.955 |
| ICE Vehículos | 50.312 | 66.864 | 62.965 |
| ICE Telecomunicaciones | 150 | 0 | 0 |
| ICE Aviones, tricares, etc. y otros NEP | 118 | 10 | 573 |
| ICE Armas de Fuego | 147 | 55 | 212 |
| ICE Cuotas Membresías Clubes | 1.395 | 1.482 | 1.340 |
| ICE Perfumes, Aguas de Tocador | 23.189 | 24.452 | 24.913 |
| ICE Servicios Casino - Juegos Azar | 0 | 42 | 221 |
| ICE Focos Incandescentes | 0 | 2 | 6 |
| ICE Videojuegos | 10 | 0 | 7 |
| ICE Servicios Televisión Prepagada | 55.936 | 60.293 | 63.726 |
| ICE Cocinas, calefones | 13.982 | 31.690 | 25.964 |
| ICE Telefonía | 23.596 | 36.755 | 31.672 |
| ICE Bebidas energizantes | 1.618 | 4.095 | 4.643 |
| ICE Bebidas no alcohólicas | 7.507 | 11237,24 | 10.507 |
| ICE No Especificado | 0 | 0 | 13 |
| ICE de Importaciones | 124.065 | 208.855 | 271.061 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 42. Desagregado en recaudación ICE 2018.



La mayor contribución para la recaudación del ICE, lo realiza el ICE cerveza, que para el año 2018 representa el 33.45% de la recaudación total de este impuesto, seguido por 15% ICE cigarrillos, y con el 13.15% el ICE Bebidas gaseosas. El ICE Alcohol y productos alcohólicos tiene una contribución del 6% con respecto a la recaudación global del ICE en operaciones internas.

Cabe anotar que la evolución en el crecimiento de recaudación de ICE cerveza e ICE Alcohol y productos alcohólicos, para el año 2017 y 2018 ya con la vigencia del acuerdo comercial es positivo; ya que en año 2016 se recaudó en ICE cerveza \$194.357 millones de dólares americanos, mientras que el año 2017 ya con vigencia del acuerdo \$236.750 millones de dólares lo que representa el 22% de crecimiento respecto al año 2016; en el año 2018 se recaudó \$238.955 millones de dólares con un incremento menor del 1% respecto al año 2017. En la partida de ICE alcohol y productos alcohólicos en el año 2016 se recaudó 34.934 millones de dólares, mientras que en el año 2017 37.524 millones de dólares lo que representa un incremento del 5%, para el año 2018 una recaudación de 42.876 millones de dólares con un incremento del 14% en comparación del año 2017.

A continuación se presenta cifras de recaudación tributaria de carácter público registradas en el portal del Servicio de Rentas Internas de algunas empresas de Producción de bebidas Alcohólicas así como de empresas Distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas, de los años 2016, 2017, 2018 con el fin de analizar la evolución de contribución tributaria con y sin la aplicación del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, cabe destacar que se realizó una selección aleatoria o al azar de la empresas plenamente operativas según la base de datos proporcionada por el SRI (contrasto del RUC con corte a febrero de 2019) en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay.

3.4.1 Empresas de producción de bebidas alcohólicas según Código CIU: Elaboración de bebidas alcohólicas

Provincia de Pichincha

Para la provincia de Pichincha, en base al catastro obtenido del Servicio de Rentas Internas con corte al febrero del 2019, se ha seleccionado de manera aleatoria o al azar 23 empresas cuya actividad económica es la de Elaboración de Bebidas Alcohólicas y que mantienen su RUC activo y su establecimiento abierto.

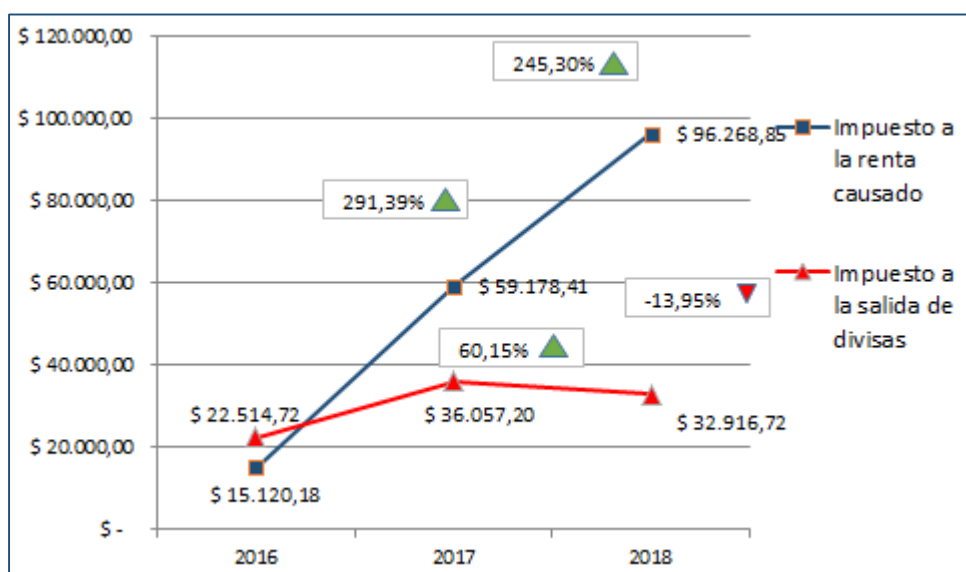
Tabla 60. Impuesto a la renta causado y salida de divisas empresas seleccionadas Pichicha.

| RUC | Razón Social | Impuesto a la renta causado | | | Impuesto a la salida de divisas | | |
|---------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|-----------------|
| | | En dólares | | | En dólares | | |
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 1790982076001 | Industria licorera villa s.a. | 65,32 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1890001935001 | Industrias licoreras asociadas s.a. | 1.584,50 | 6.800,44 | 1.873,94 | 0 | 0 | 0 |
| 1790093778001 | Distribuidora industrial licorera Cía. Ltda. | 2.415,30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1790005186001 | Industria licorera embotelladora de pichincha s.a. | 0 | 0 | 21.857,80 | 0 | 4.943,75 | 0 |
| 1792256321001 | Industria licorera zeitun | 0 | 25,74 | 29,70 | 0 | 0 | 199,39 |
| 1790726622001 | Licorera ecuatoriana liverzam Cía. | 9.363,73 | 28.811,69 | 4.166,75 | 16.861,20 | 21.719,09 | 27.139,57 |
| 1792354188001 | Andes brewing s.a. | 133,76 | 1.762,73 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1792501652001 | Cervecería sabaibeer s.a. | 0 | 2.528,71 | 5.371,79 | 0 | 1.039,95 | 1.391,19 |
| 1792499453001 | Cervecería paramobrauhaus | 0 | 2.871,69 | 764,19 | 0 | 0 | 0 |
| 1792461545001 | Industria licorera del pacifico cia.ltda. | 88,88 | 496,96 | 438,12 | 0 | 0 | 0 |
| 1792443172001 | Santana brewing company sanbreco s.a. | 106,26 | 0 | 844,63 | 0 | 0 | 0 |
| 1792540909001 | Servalley servicios industriales del valle cia. Ltda. | 147,62 | 0 | 0,95 | 0 | 0 | 0 |
| 1792628458001 | Quimalco cia ltda | 0 | 0 | 204,8 | 5251,65 | 60,65 | 0 |
| 1792594650001 | Abysmo gods fluyds brewery brewco cia ltda | 0 | 0 | 1.231,65 | 0 | 0 | 0 |
| 1792660610001 | Cerveza artesanal sr55 cia ltda | 0 | 2.416,85 | 118,01 | 0 | 0 | 17,45 |
| 1792729513001 | Importadora exportadora edcacompany s.a. | 0 | 0 | 9.785,17 | 0 | 2.718,76 | 4.157,55 |
| 1792697697001 | Triana brewing company | 481,48 | 502,94 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1792911036001 | Ecuador premium brands epb s a | 0 | 0 | 25.789,23 | 0 | 0 | 0 |
| 1791810902001 | Licores mena licomena cia. Ltda. | 46,32 | 4895,04 | 2754,58 | 0 | 0 | 0 |
| 1792358655001 | Nadelic nacional de licores cia. Ltda. | 19,64 | 2833,07 | 2388,33 | 0 | 0 | 11,57 |
| 1792109221001 | Industrial flodilicores s.a. | 335,09 | 2866,16 | 2797,70 | 401,87 | 5575 | 0 |
| 1792439779001 | Prolicores del norte s.a.s. | 332,28 | 653,98 | 15194,01 | 0 | 0 | 0 |
| 1792471311001 | Iprocolcem ind. | 0 | 1712,41 | 657,50 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL | 15120,18 | 59178,41 | 96268,85 | 22514,72 | 36057,20 | 32916,72 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 43. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Pichincha.



Como se puede evidenciar en el gráfico de impuesto a la renta causado y salida de divisas, de las 23 empresas seleccionadas aleatoriamente, de producción nacional de bebidas alcohólicas ubicadas en la provincia de Pichincha; en el año 2016 pagaron de forma global un Impuesto a la renta de \$15.120,18 dólares americanos, para el siguiente año 2017 ya con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, realizaron un pago de \$59.178,41 lo que significa un incremento en el tributo del 291.39% respecto al año 2016; y para el año 2018 un pago global de impuesto a la renta de \$96.268,85 lo que representa un incremento del 245.30% en comparación con el año 2017; Sin embargo al observar de manera individual se puede apreciar que algunas empresas en el año 2016 y 2017 declaran en cero el impuesto a la renta. Respecto al impuesto de salida de divisa se puede apreciar de manera global igual comportamiento, con una tendencia al incremento, ya que el año 2016 se recaudó \$22.514,72 dólares americanos, para el siguiente año 2017, \$36.057,2; lo que implica un incremento del 60,15% respecto al año 2016; y para el año 2018 un pago de \$32.916,72; lo que implica un decremento del -13,95% respecto del año 2017.

En conclusión se evidencia un incremento significativo de los impuestos recaudados tanto en el impuesto a la renta causado como en el impuesto a la salida de divisas, ya

con la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea, lo que implica en términos generales un incremento en ventas en los años 2017 y 2018, por ende mayor base imponible en cuanto al impuesto a la renta e impuesto a la salida de divisas; que en términos de recaudación representa un benéfico económico de ingresos permanentes para el estado ecuatoriano.

Provincia de Guayas

Para el caso de la provincia de Guayas, de igual manera en base al catastro obtenido del Servicio de Rentas Internas con corte al febrero del 2019, se seleccionó de manera aleatoria 6 empresas cuya actividad económica es la de elaboración de bebidas alcohólicas y que mantienen su RUC activo y su establecimiento abierto

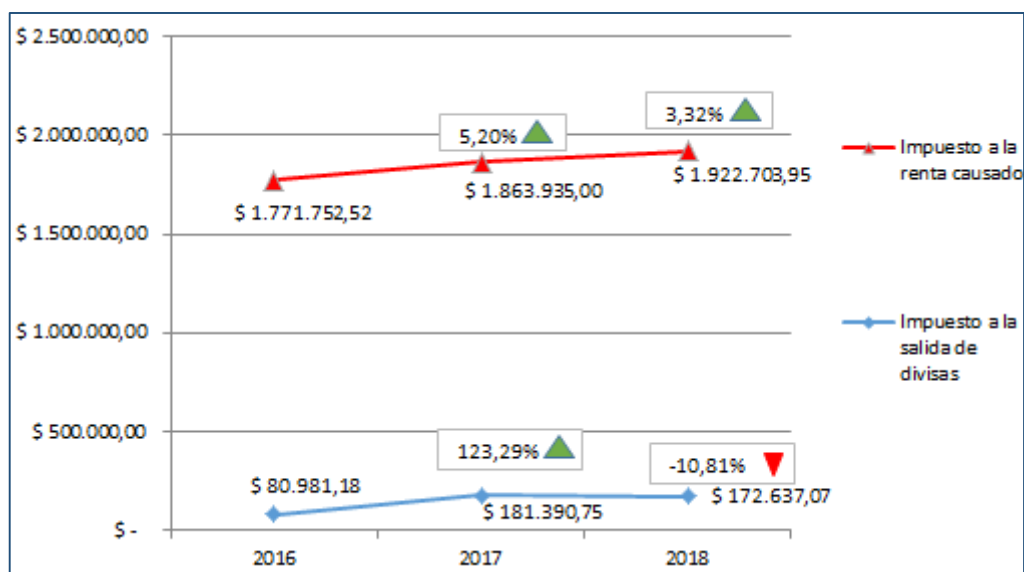
Tabla 61. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas.

| RUC | Razón Social | Impuesto a la renta | | | Impuesto a la salida de divisas | | |
|--------------|------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|---------------------------------|------------------|------------------|
| | | En dólares | | | En dólares | | |
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 991323058001 | Producargo S.A. | 1087946,80 | 1087513,75 | 1018874,20 | 15437,06 | 68257,25 | 64173,95 |
| 990788766001 | Productora De Codana S.A. | 682607,15 | 769130,08 | 892544,17 | 65544,12 | 113133,50 | 108463,12 |
| 992855665001 | Derkoktel S.A. | 438,40 | 2895,91 | 3179,66 | 0 | 0 | 0 |
| 992912197001 | Nws-Solbeso New | 760,22 | 232,20 | 27,46 | 0 | 0 | 0 |
| 993043281001 | World Spirits S.A. | 0 | 4160,56 | 7912,20 | 0 | 0 | 0 |
| 993068101001 | Industria De Bebidas Y Licores Iparce S.A. Cerveunion S.A. | 0 | 2,50 | 166,28 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 1771752,52 | 1863935,00 | 1922703,95 | 80981,18 | 181390,75 | 172637,07 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 44. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas



Como se puede evidenciar en el gráfico de impuesto a la renta causado y salida de divisas, de las 6 empresas seleccionadas aleatoriamente, de producción nacional de bebidas alcohólicas ubicadas en la provincia de Guayas; en el año 2016 pagaron de forma global un Impuesto a la renta de \$1.771.752,52 dólares americanos, para el siguiente año 2017 ya con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, realizaron un pago de \$1.863.935,00, lo que significa un incremento menor en el tributo del 5.20% respecto al año 2016; y para el año 2018 un pago global de impuesto a la renta de \$1.922.703,9, lo que representa un incremento en menor proporción del 3.32% en comparación con el año 2017. Con relación al impuesto de salida de divisas se observa un comportamiento diferente ya que en al año 2016, se realizó un pago de \$80.981,18 y en el año 2017 \$ 181.390,75 lo que implica un crecimiento del 123.29% respecto de año 2016; sin embargo para el año 2018 existe un decremento en la recaudación del 10.81% respecto al año 2017, ya que el 2018 se recaudó \$172.637,07. Cabe anotar que este aporte de pago a la salida de divisas lo hacen únicamente dos empresas de las analizadas, las cuatro restantes declaran en cero. A pesar de ser incrementos menores en lo referente al impuesto a la renta causado, en comparación de años, este comportamiento es beneficioso para la recaudación tributaria y por ende para el país.

Provincia de Azuay

Para la provincia de Azuay, de igual manera en base al catastro obtenido del Servicio de Rentas Internas con corte al febrero del 2019, se seleccionó de manera aleatoria 14 empresas cuya actividad económica es la de Elaboración de Bebidas Alcohólicas y que mantienen su RUC activo y su establecimiento abierto.

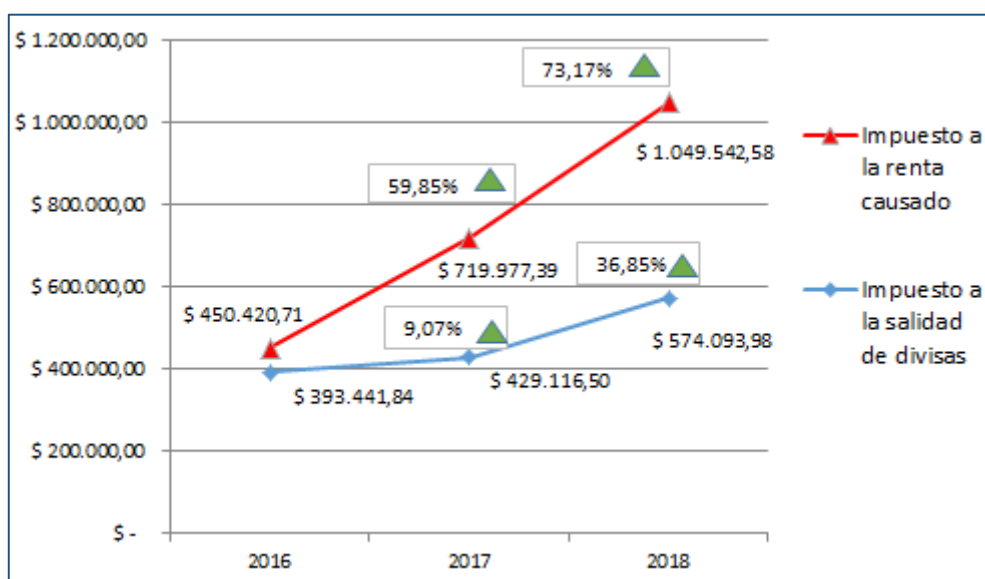
Tabla 62. Impuesto a la renta causado y salida de divisas empresas seleccionadas Azuay.

| RUC | RAZON SOCIAL | Impuesto a la renta causado | | | Impuesto a la salida de divisas | | |
|---------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|---------------------------------|------------------|------------------|
| | | En dólares | | | En dólares | | |
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 190167348001 | Corporacion Azende S.A. | 0 | 0 | 184392,54 | 137849,59 | 120638,31 | 80839,77 |
| 190150275001 | Licorera Americana Licomer Cia. Ltda. | 56,52 | 192,49 | 31,52 | 0 | 0 | 0 |
| 190053687001 | Cosmica Cia Ltda | 62562,43 | 347141,55 | 237528,49 | 116862,31 | 105444,30 | 241519,51 |
| 1190002809001 | Industria Licorera Embotelladora De Loja S.A. Ielsa | 0 | 0 | 21857,80 | 0 | 4943,75 | 0 |
| 190001849001 | Embotelladora Azuaya S. A. | 225862,78 | 189086,66 | 272002,68 | 19580,05 | 29711,36 | 16421,88 |
| 190339297001 | Suramericana De Licores Licur Cia. Ltda. | 0 | 661,21 | 29618,29 | 12493,76 | 12894,75 | 92405,63 |
| 190343855001 | Licores Nacionales Liconacional S.A. | 37778,48 | 33618,32 | 51855,84 | 42,55 | 68,70 | 43,95 |
| 190345610001 | Sociedad Comercial Agricola Pillcocaja S.A. | 0 | 603,41 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 190336581001 | Licores San Miguel S.A. Licmiguel | 68175,98 | 86578,41 | 129098,17 | 17796,97 | 22122,66 | 16107,80 |
| 190380386001 | Licores Del Sur | 0 | 75,66 | 10,53 | 0 | 0 | 0 |
| 190399788001 | Compañia Bachonline Cia. Ltda. | 79,75 | 0 | 116,41 | 0 | 0 | 0 |
| 1891718086001 | Baldore Cia. Ltda. | 21349,81 | 44100,23 | 59375,08 | 17642,67 | 35426,40 | 100640,05 |
| 591725319001 | Industria De Licores Ecuatorianos Licorec S.A | 32970,46 | 11119,01 | 61781,29 | 71173,94 | 97866,27 | 26115,39 |
| 1890001935001 | Industrias Licoreras Asociadas S.A. | 1584,50 | 6800,44 | 1873,94 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 450420,71 | 719977,39 | 1049542,58 | 393441,84 | 429116,50 | 574093,98 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 45. Impuesto a la renta causado y salida de divisas Azuay.



De igual manera se evidencia que en la provincia de Azuay; que las 14 empresas seleccionadas en el año 2016 pagaron de forma global un Impuesto a la renta de \$450.420,71 dólares americanos, para el siguiente año 2017 ya con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, realizaron un pago de \$ 719.977,39; lo que significa un incremento en el tributo del 59,85% respecto al año 2016; y para el año 2018 un pago global de impuesto a la renta de \$ 1.049.542,58; lo que representa un incremento del 73,17% en comparación con el año 2017. Respecto al comportamiento del impuesto a la salida de divisas, se visualiza un comportamiento similar de incremento ya que en el año 2016 se pagó por este concepto \$393.441,84 dólares, mientras que en año 2017 el valor de \$ 429.116,5 lo representa un incremento del 9.07% y en el año 2018 se pagó un valor de \$574.093,98, lo que representa un incremento del 36.85% en relación del año 2017. Este comportamiento es beneficioso para la recaudación tributaria y por ende para el país.

3.4.2 Empresas distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas según código CIIU: Venta al por mayor de bebidas alcohólicas

Provincia de Pichincha

Para la provincia de Pichincha en base al catastro obtenido del Servicio de Rentas Internas con corte al febrero del 2019, se seleccionó de manera aleatoria 48 empresas cuya actividad económica es la de Venta al por mayor de bebidas alcohólicas y que mantienen su RUC activo y su establecimiento abierto.

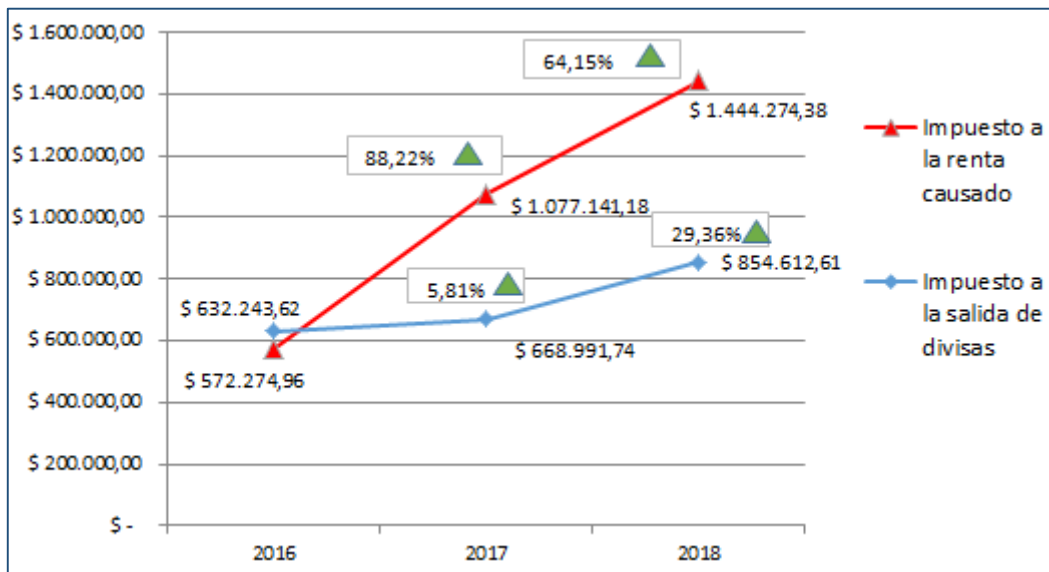
Tabla 63. Distribuidoras seleccionadas - impuesto a la renta causado y salida de divisas Pichincha.

| RUC | RAZON SOCIAL | Impuesto a la renta causado | | | Impuesto a la salida de divisas | | |
|---------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|---------------------------------|------------------|------------------|
| | | En dólares | | | En dólares | | |
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 1792075831001 | Distribuidora Latina S. | 4489,21 | 1518,82 | 4253,12 | 59804,46 | 24646,05 | 37431,76 |
| 1792097673001 | Hernan Cabezas | 2206,53 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1791437209001 | Livza Cia. Ltda. | 5708,52 | 3012,98 | 8552,74 | 174,00 | 443,75 | 0 |
| 1791771907001 | Vidinternacional S.A. | 5675,09 | 6883,99 | 14000,08 | 1760,60 | 3207,00 | 7912,83 |
| 1791730216001 | Xafel S.A | 0 | 30437,58 | 20955,49 | 25929,45 | 72716,88 | 51982,99 |
| 1792049598001 | Vinos Y Espirituosos | 110495,71 | 387995,70 | 609928,70 | 46119,98 | 5673,69 | 2482,07 |
| 1792101964001 | Univitis S.A. | 765,67 | 1602,02 | 0 | 1176,56 | 1171,53 | 5045,2 |
| 1791804694001 | Proglobal S.A. | 0 | 4399,17 | 37227,15 | 4037,12 | 9253,38 | 25540,56 |
| 1791291557001 | Carlos Vera Meneses | 6351,90 | 10286,17 | 4592,67 | 5858,09 | 13786,96 | 4578,46 |
| 1790023516001 | Agencias Y | 121821,70 | 99038,32 | 266713,40 | 343566,43 | 370751,31 | 536220,64 |
| 590055948001 | Alcopesa S.A. | 66067,67 | 121501,06 | 28879,64 | 26871,49 | 22015,92 | 17689,96 |
| 1791731336001 | Campuesa S.A. | 44834,06 | 44833,34 | 26398,83 | 80,20 | 0 | 4,88 |
| 1791349482001 | Mexce S.A. | 20447,17 | 24472,35 | 18768,26 | 23311,19 | 43647,42 | 33861,63 |
| 1791955242001 | Mega Proveedores | 1690,82 | 2796,82 | 5467,38 | 5674,71 | 8039,24 | 6637,66 |
| 1792036690001 | Distribuidora Aleaga | 4,52 | 2628,79 | 1373,94 | 0 | 0 | 0 |
| 1791741048001 | Distribuidora | 0 | 52926,24 | 129437,31 | 62536,67 | 27418,25 | 22384,20 |
| 1792144973001 | Comercializadora | 5837,98 | 0 | 7773,00 | 120,88 | 432,13 | 94,48 |
| 1792200342001 | Jorge Saguary E Hijos | 125,48 | 9157,08 | 4111,33 | 311,07 | 237,46 | 0 |
| 1891735800001 | Comercializadora | 14376,64 | 203,83 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1792251079001 | Comercialzonda Cia. | 26094,98 | 43982,67 | 0 | 441,89 | 7,30 | 0 |
| 1792267463001 | Club Del Buen Beber | 28445,03 | 10229,64 | 4372,11 | 40,63 | 0 | 0 |
| 1792270693001 | Importadora Vinoterra | 353,81 | 1411,25 | 3200,20 | 8816,06 | 24211,92 | 21897,90 |
| 1792288916001 | Corporacion | 31554,75 | 35406,28 | 54429,92 | 9126,34 | 0 | 0 |
| 1792316200001 | Refreshment & | 3576,84 | 0 | 6786,82 | 369,94 | 1084,83 | 0 |
| 1792324289001 | Imnac Importadora | 2589,56 | 9494,72 | 69452,67 | 5100,55 | 29144,17 | 64367,20 |
| 1792375894001 | Aramakal S.A. | 6883,75 | 9230,10 | 6676,70 | 0 | 0 | 0 |
| 1792439779001 | Prolicores Del Norte | 332,28 | 653,98 | 15194,01 | 0 | 0 | 0 |
| 1792444225001 | Distribuidora | 30,27 | 251,33 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1792407478001 | Comvivsa Comercial | 0 | 636,42 | 987,30 | 0 | 0 | 0 |
| 1792471311001 | Iprocolcem Ind. | 0 | 1712,41 | 657,50 | 0 | 0 | 0 |
| 1792482828001 | Armiorsas S.A. | 29040,00 | 60513,57 | 26305,70 | 70,21 | 381,99 | 9097,68 |
| 1792414237001 | Industrias Lovisone | 2164,97 | 400,32 | 4694,84 | 0 | 15,00 | 0 |
| 1792533686001 | Comercializadora | 5299,60 | 11143,61 | 13608,19 | 945,10 | 1222,50 | 942,10 |
| 1792604133001 | Dvin Wine&Spirits | 415,15 | 2008,49 | 7857,74 | 0 | 97,75 | 845,41 |
| 1792606527001 | Distribuidora De La | 24155,95 | 78450,87 | 8442,89 | 0 | 0 | 0 |
| 1792676991001 | City Centro De | 439,35 | 0 | 746,08 | 0 | 0 | 0 |
| 1792724376001 | Importadora | 0 | 963,23 | 2337,34 | 0 | 5061,28 | 1092,10 |
| 1792729548001 | International-Group | 0 | 80,18 | 0 | 0 | 2606,53 | 0 |
| 1792748720001 | Distribuidora Suárez | 0 | 0 | 398,37 | 0 | 0 | 117,10 |
| 1792762030001 | Sociedad Civil Licores | 0 | 528,97 | 1325,76 | 0 | 0 | 0 |
| 1792796636001 | Importadora Las | 0 | 0 | 9207,12 | 0 | 0 | 2223,70 |
| 1792746442001 | Fhsimport S.A | 0 | 4844,57 | 0 | 0 | 1717,50 | 0 |
| 1792827728001 | Comercializadora De | 0 | 0 | 391,55 | 0 | 0 | 2162,10 |
| 1792782910001 | Interliquors Industria | 0 | 361,03 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1792765463001 | Distribuidora Garage | 0 | 1143,28 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1792838916001 | Distribuidora De | 0 | 0 | 755,80 | 0 | 0 | 0 |
| 1792847427001 | Romanliquors | 0 | 0 | 17237,46 | 0 | 0 | 0 |
| 1792845211001 | Andeanspirits | 0 | 0 | 775,27 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 572274,96 | 1077141,18 | 1444274,38 | 632243,62 | 668991,74 | 854612,61 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 46. Distribuidoras - impuesto a la renta causado y salida de divisas Pichincha.



Como se puede evidenciar en el gráfico de impuesto a la renta causado y salida de divisas, de las 48 empresas seleccionadas aleatoriamente, de Venta al por mayor de bebidas alcohólicas ubicadas en la provincia de Pichincha; en el año 2016 pagaron de forma global un Impuesto a la renta de \$572.274,96 dólares americanos, para el siguiente año 2017 ya con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, realizaron un pago de \$1.077.141,18; lo que significa un incremento en el tributo del 88.22% respecto al año 2016; y para el año 2018 un pago global de impuesto a la renta de \$1.444.274,38; lo que representa un incremento en menor proporción del 64.15% en comparación con el año 2017. Con relación al impuesto de salida de divisas se observa el mismo comportamiento incremento pero en menor volumen; ya que en el año 2016, se realizó un pago de \$ 632.243,62 y en el año 2017 \$ 668.991,74 lo que implica un crecimiento del 5.81% respecto de año 2016; sin embargo para el año 2018 existe un incremento mayor en la recaudación del 26.36% respecto al año 2017, ya que el 2018 se recaudó \$ 854.612,61. En conclusión es evidente que con la entrada en vigor del acuerdo comercial el 1 de enero del 2017, las empresas de distribución al por mayor de bebidas alcohólicas en la provincia de Pichincha se han visto beneficiadas en el volumen de sus ventas y por ende ha aumentado su base imponible para el pago de impuesto a la renta causado e impuesto a salida de divisas.

Provincia de Guayas

Para el caso de la provincia de Guayas, de igual manera en base al catastro obtenido del Servicio de Rentas Internas con corte al febrero del 2019, se seleccionó de manera aleatoria 30 empresas cuya actividad económica es la de Venta al por mayor de bebidas alcohólicas y que mantienen su RUC activo y su establecimiento abierto

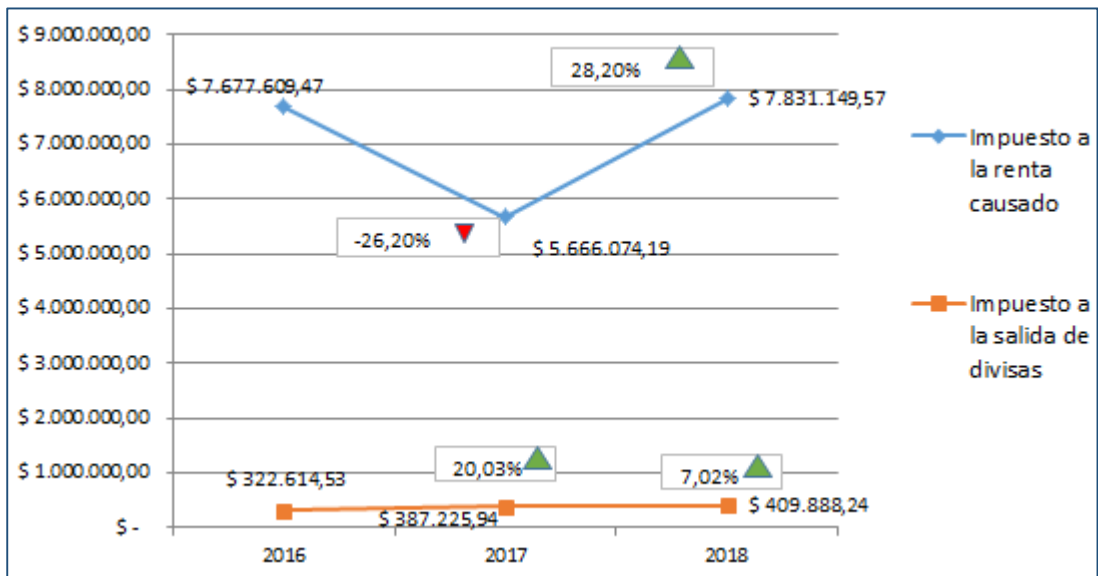
Tabla 64. Distribuidoras Impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas.

| RUC | RAZON SOCIAL | Impuesto a la renta causado | | | Impuesto a la salida de divisas | | |
|---------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------|---------------------------------|--------------------|------------------|
| | | 2016 | En dólares 2017 | 2018 | 2016 | En dólares 2017 | 2018 |
| 992263504001 | Trading Elite S.A. Traelsa | 1891,96 | 3748,06 | 7321,60 | 0 | 0 | 0 |
| 992154020001 | Hispana De Alimentos | 32334,60 | 53712,63 | 33197,65 | 0 | 0 | 0 |
| 991478493001 | Impalcasa S.A. | 36353,01 | 29208,35 | 0 | 1709,59 | 140,33 | 11774,64 |
| 992526742001 | Dinadec S.A. | 7468622,80 | 5298552,80 | 7362935,10 | 196444,56 | 234107,77 | 287373,05 |
| 992435321001 | Distribuidora Alava S.A. | 9391,33 | 9659,67 | 10805,22 | 303,15 | 0 | 0 |
| 992458968001 | Dindane S.A. | 1929,30 | 1216,56 | 2696,62 | 0 | 0 | 0 |
| 992436476001 | Vigneta S.A. | 125,83 | 2571,16 | 2136,43 | 0 | 0 | 0 |
| 992393610001 | Grapevine S.A. | 841,93 | 1141,30 | 1361,02 | 0 | 0 | 0 |
| 992313641001 | Corporación Empresarial | 37671,02 | 49967,01 | 63912,46 | 10977,04 | 36584,08 | 5951,64 |
| 992481900001 | Aliceb S.A. Alimentos | 83,56 | 30,94 | 108,18 | 0 | 0 | 0 |
| 992549653001 | Castelfranco S.A. | 1144,92 | 896,62 | 2738,08 | 772,32 | 375,51 | 0 |
| 992613092001 | Colemun S.A. | 0 | 41495,92 | 79340,80 | 16173,18 | 42822,90 | 20763,11 |
| 992665874001 | Licola S.A. | 6343,43 | 9993,41 | 3533,70 | 20,20 | 0 | 0 |
| 992675071001 | Cronocampus S.A. | 15845,89 | 44407,36 | 33462,35 | 7676,79 | 24478,43 | 38947,31 |
| 992675101001 | Ipola S.A. | 1111,33 | 8948,42 | 3282,70 | 2795,94 | 8553,59 | 2034,36 |
| 992716428001 | Vinos Y Espirituosos Del | 53521,59 | 126905,41 | 176982,85 | 42907,31 | 4838,20 | 2204,14 |
| 992732016001 | Belrevel S.A. | 1277,00 | 697,99 | 3920,75 | 0 | 0 | 0 |
| 992840730001 | Club Vino España | 0 | 226,02 | 7124,37 | 0 | 0 | 234,60 |
| 992764570001 | Vinos Dos Hemisferios | 0 | 0 | 0 | 41678,02 | 24805,95 | 22163,77 |
| 992878584001 | La Represa De Licores | 689,22 | 1917,49 | 1818,09 | 0 | 0 | 0 |
| 992942622001 | Ventura Marketplace | 64,70 | 474,71 | 1312,54 | 0 | 0 | 0 |
| 992941456001 | Bierodomo S.A. | 0 | 752,20 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 992964553001 | Proenlico Productora | 0 | 0 | 1879,13 | 1156,43 | 858,17 | 33,28 |
| 1792655757001 | Distribuidora De La Costa | 3382,16 | 10378,04 | 865,99 | 0 | 0 | 0 |
| 992987952001 | Comercializadora Duo | 4983,90 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 993008540001 | Winservices S.A. Cupet | 0 | 2312,45 | 257,01 | 0 | 9028,38 | 0 |
| 993004375001 | Distribuidora | 0 | 18979,35 | 21468,91 | 0 | 0 | 0 |
| 993025305001 | Licomundo S.A. | 0 | 1499,80 | 7651,78 | 0 | 0 | 18171,22 |
| 992989157001 | Comercializadora | 0 | 0 | 357,51 | 0 | 632,63 | 237,12 |
| 993049700001 | Maxilicores S.A. | 0 | 93,16 | 678,74 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 7677609,47 | 5666074,19 | 7831149,57 | 322614,53 | 387225,94 | 409888,24 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 47. Distribuidoras - impuesto a la renta causado y salida de divisas Guayas.



De igual manera se evidencia que en la provincia de Guayas; que las 30 empresas seleccionadas al azar en el año 2016 pagaron de forma global un Impuesto a la renta de \$7.677.609,47 dólares americanos, para el siguiente año 2017 ya con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, realizaron un pago de \$ 5.666.074,19; lo que significa un decremento en la recaudación del -26,20% respecto al año 2016; y para el año 2018 un pago global de impuesto a la renta de \$ 7.831.149,57; lo que representa un incremento del 28,20% en comparación con el año 2017. Respecto al comportamiento del impuesto a la salida de divisas, se visualiza un comportamiento diferente de incremento ya que en el año 2016 se pagó por este concepto \$322.614,53 dólares, mientras que en año 2017 el valor de \$ 387.225,94 lo representa un incremento del 20.03% y en el año 2018 se pagó un valor de \$ 409.888,24, lo que representa un incremento menor del 7.02% en relación del año 2017.

Provincia de Azuay

Para la provincia de Azuay en base al catastro obtenido del Servicio de Rentas Internas con corte al febrero del 2019, se seleccionó de manera aleatoria 10 empresas cuya actividad económica es la de Venta al por mayor de bebidas alcohólicas y que mantienen su RUC activo y su establecimiento abierto

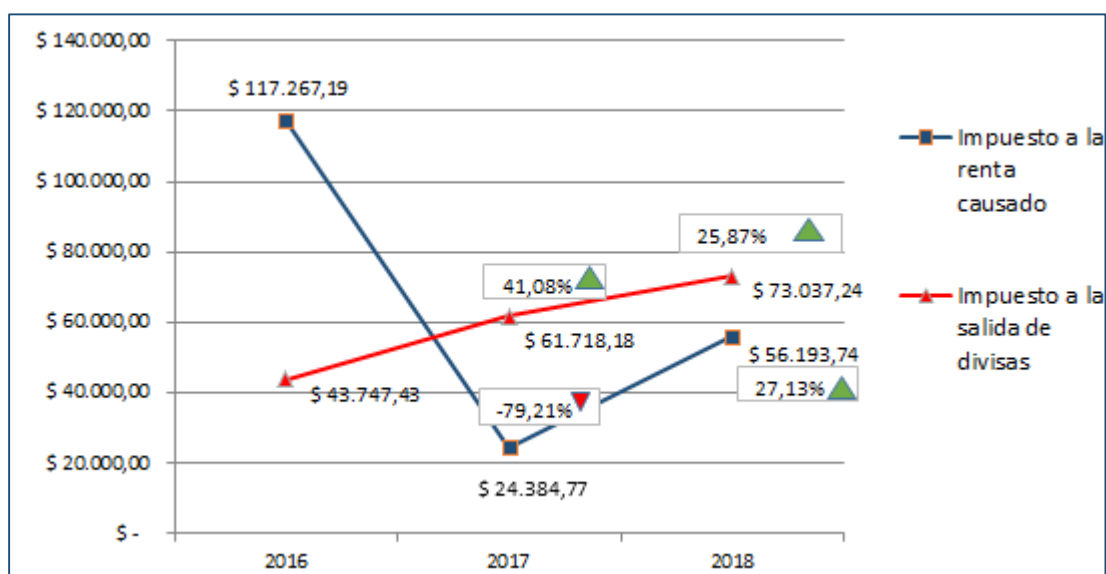
Tabla 65. Distribuidoras seleccionadas - impuesto a la renta causado y salida de divisas Azuay.

| RUC | RAZON SOCIAL | Impuesto a la renta causado | | | Impuesto a la salida de divisas | | |
|--------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|-----------------|
| | | En dólares | | | En dólares | | |
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| 190170624001 | Cuencalcor Cia. Ltda. | 3600,73 | 4568,54 | 12386,52 | 0,79 | 0 | 0 |
| 190148920001 | Fraganlicor Cia. Ltda. | 113608,54 | 17272,77 | 2609,17 | 32686,67 | 51742,53 | 66772,44 |
| 190096467001 | Corporación Ecuatoriana De Licores Y Alimentos S.A. | 0 | 0 | 0 | 11059,97 | 9200,39 | 6252,70 |
| 190395286001 | Distribuidora De Licores Dislico S.A | 0 | 0,15 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 190422356001 | Drinkup Cia. Ltda. | 57,92 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 190423352001 | Importadora Belbrews Cia. Ltda. | 0 | 287,40 | 78,31 | 0 | 0 | 0 |
| 190434680001 | Vinos Del Sur | 0 | 342,72 | 102,22 | 0 | 0 | 0 |
| 190443825001 | Dilicsur Cia.Ltda. | 0 | 1623,65 | 41017,52 | 0 | 0 | 0 |
| 190437264001 | Al&Cores Cia.Ltda. | 0 | 289,54 | 0 | 0 | 775,26 | 12,10 |
| 190440613001 | Golden Prague Pub Hospoda C. Ltda. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 117267,19 | 24384,77 | 56193,74 | 43747,43 | 61718,18 | 73037,24 |

Fuente: SRI 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 48. Distribuidoras - impuesto a la renta causado y salida de divisas Azuay



Al visualizar el comportamiento en la recaudación en la provincia del Azuay, en las 10 empresa seleccionadas al azar, y que su giro d negocio es la de venta al por mayor de bebidas alcohólicas se evidencia un decremento drástico del año 2016 al 2017 del -79.21%; ya que el año 2016 se recaudó por impuesto a la renta \$117.267,19 dólares americanos, mientras que el 2017, \$24.384,77 dólares; con la entrada en vigor del acuerdo con la Unión Europea; en el año 2018 la recaudación se incrementa en un 27.13% en comparación con el año 2017 ya que se pagó por este concepto es de \$ 56.193,74 sin embargo sigue siendo una menor recaudación en comparación al año 2016; en cambio el comportamiento del impuesto a la salida de divisas se mantuvo el alza ya que en el año 2016 se pagó por ese concepto \$43.747,43 dólares; y el 2017; \$61.718,18 dólares lo que implica un incremento del 41.08%; el año 2018 con impuesto causado de \$73.037,24 dólares que representa un incremento del 25.87% a comparación del año 2017

3.5. Análisis de importaciones y exportaciones globales

A continuación se presentan de manera global las importaciones y exportaciones de los años 2016, 2017, 2018; información reportados por el Banco Central del Ecuador.

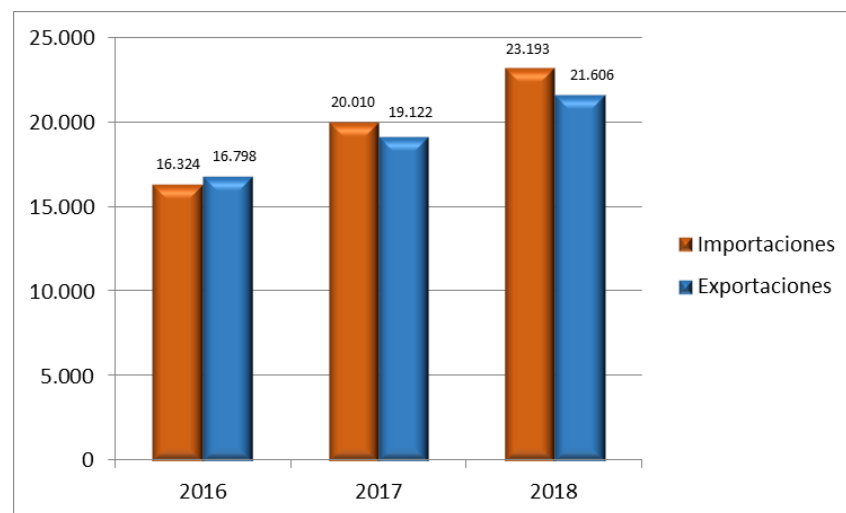
Tabla 66. Importaciones y exportaciones globales Ecuador 2016-2017-2018.

| Año | Importaciones Cifras en millones de dólares | Exportaciones Cifras en millones de dólares |
|------|------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| 2016 | 16.324 | 16.798 |
| 2017 | 20.010 | 19.122 |
| 2018 | 23.193 | 21.606 |

Fuente: BCE 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 49. Importaciones y exportaciones globales Ecuador 2016-2017-2018



Ecuador, respecto a importaciones para el año 2016, fue de \$16.324 millones de dólares americanos, en el año 2017 ya con la entrada en vigor del acuerdo comercial importó \$20.010 millones de dólares, lo que representa un incremento del 23% en comparación con el año 2016; en el año 2018 importó \$23.193 millones de dólares lo que representa

un incremento del 16% respecto al año 2017; en cuanto a las exportaciones en el año 2016 fue de \$16.798 millones de dólares, mientras que en 2017, \$19.122 millones de dólares con un incremento del 14% en comparación con el año 2016; para el año 2018 se exportó \$21.303 millones de dólares, que representa un incremento del 13% respecto al año 2017.

3.5.1 Principales socios comerciales de Ecuador. Para el año 2018 se detalla los 10 socios principales con los que Ecuador mantiene relaciones comerciales.

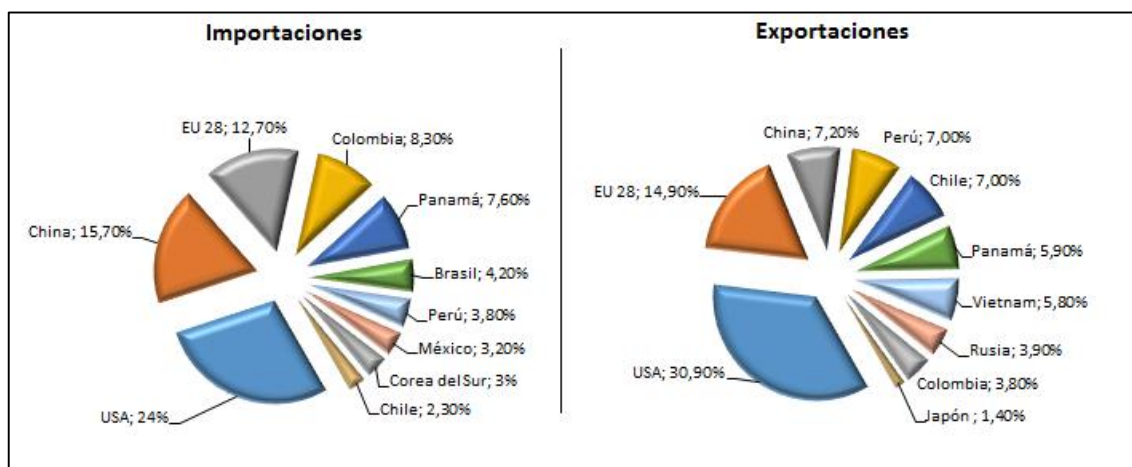
Tabla 67. Principales socios comerciales Ecuador 2018

| Importaciones | | | Exportaciones | | |
|---------------|---------------|-----------------|---------------|----------|-----------------|
| Nº | PAIS | % Participación | Nº | PAIS | % Participación |
| 1 | USA | 24.00% | 1 | USA | 30.90% |
| 2 | China | 15.70% | 2 | EU 28 | 14.90% |
| 3 | EU 28 | 12.70% | 3 | China | 7.20% |
| 4 | Colombia | 8.30% | 4 | Perú | 7.00% |
| 5 | Panamá | 7.60% | 5 | Chile | 7.00% |
| 6 | Brasil | 4.20% | 6 | Panamá | 5.90% |
| 7 | Perú | 3.80% | 7 | Vietnam | 5.80% |
| 8 | México | 3.20% | 8 | Rusia | 3.90% |
| 9 | Corea del Sur | 3.00% | 9 | Colombia | 3.80% |
| 10 | Chile | 2.30% | 10 | Japón | 1.40% |

Fuente: BCE 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 50. Principales socios comerciales Ecuador 2018.



En el año 2018, Ecuador tuvo como principal socio comercial ha Estado Unidos, con el 24% del total de importaciones, y el 30,9% de las exportaciones dirigidas a ese país, en segundo lugar tenemos a china para el caso de importaciones con el 15.7% del total importado; mientras que en exportaciones que ha realizado Ecuador podemos observar que se encuentra la Unión Europea 14.9% de en segundo lugar; el tercer lugar en importaciones ocupa Unión Europea con 12.7% y para exportaciones China con el 7.2%.

3.5.2 Importaciones desde la Unión Europea. De igual manera al revisar la información desagregada por continente, área económica se presentan los siguientes resultados.

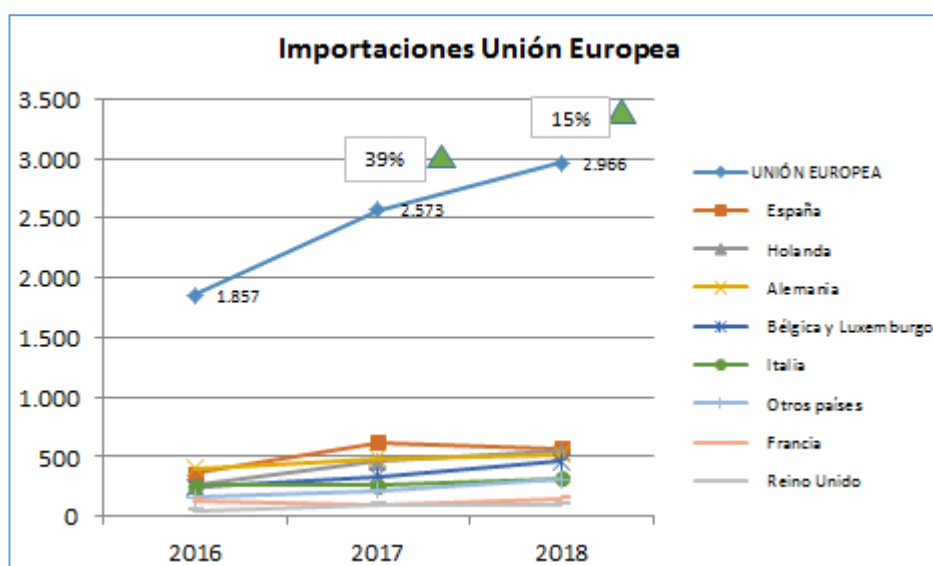
Tabla 68. Importaciones provenientes de Unión Europea 2016, 2017,2018

| UNIÓN EUROPEA | Millones de USD. | | |
|----------------------|------------------|-------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| | 1.857 | 2.573 | 2.966 |
| España | 357 | 620 | 572 |
| Holanda | 259 | 460 | 542 |
| Alemania | 398 | 481 | 518 |
| Bélgica y Luxemburgo | 241 | 335 | 459 |
| Italia | 258 | 262 | 319 |
| Otros países | 160 | 217 | 306 |
| Francia | 132 | 102 | 151 |
| Reino Unido | 51 | 96 | 97 |

Fuente: BCE 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 51. Importaciones provenientes de Unión Europea 2016, 2017,2018



Como se puede apreciar, las importaciones que ha realizado Ecuador desde la Unión Europea tienen una tendencia de crecimiento, ya que en el año 2016 se importó \$1.857 millones de dólares, mientras que en el año 2017 la cantidad de \$ 2.573 millones de dólares lo que representa un incremento del 39% en comparación al año 2016, ya con el acuerdo comercial en vigencia; en el 2018 se importó \$2.966 millones de dólares lo que representa un crecimiento del 15% respecto al año 2017. En conclusión con el acuerdo comercial se evidencia un incremento significativo de las importaciones provenientes de la Unión Europea.

3.5.2.1 Evolución de importación de bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea. Al realizar un desgajado por importación de licores provenientes desde la unión Europea se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 69. Importación de Bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea 2016, 2017,2018

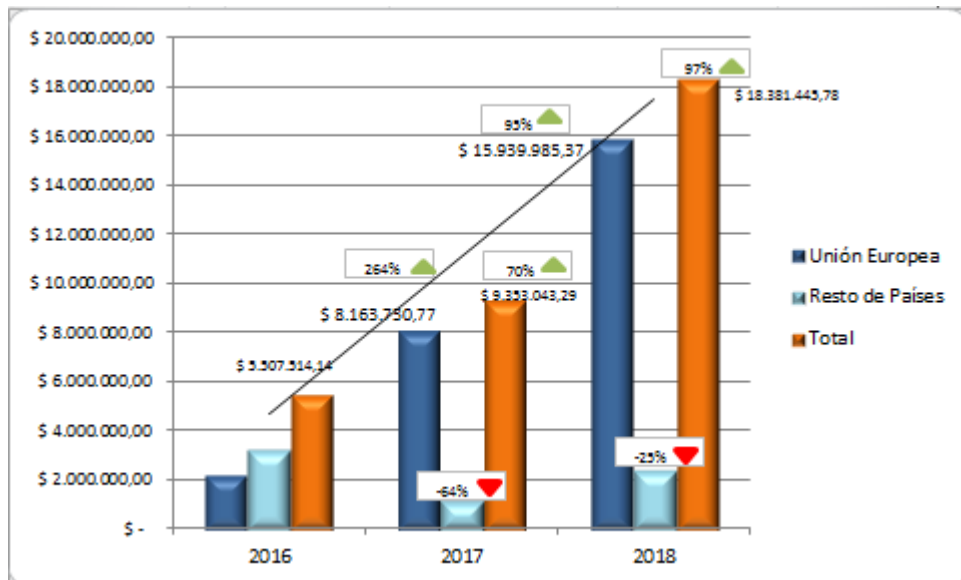
| PAISES | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| | Valor CIF en dólares | Valor CIF en dólares | Valor CIF en dólares |
| Unión Europea | \$ 2.242.338,99 | \$ 8.163.730,77 | \$ 15.939.985,37 |
| Resto de Países | \$ 3.265.175,15 | \$ 1.189.312,53 | \$ 2.441.460,41 |
| Total | \$ 5.507.514,14 | \$ 9.353.043,29 | \$ 18.381.445,78 |

Subpartida. 22..bebidas alcohólicas

Fuente: SENA 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 52. Importación de Bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea 2016, 2017,2018



En el año 2016 Ecuador importó en la subpartida de bebidas alcohólicas la cantidad de \$5.507.514,14 millones de dólares americanos de manera global; de esa cantidad \$ 2.242.338,99, de dólares provinieron de la Unión Europea que contribuye con el 41% del total de importaciones en bebidas alcohólicas de ese año; para el año 2017 ya con la entrada en vigor del acuerdo comercial, se importó de forma global \$ 9.353.043,29 millones de dólares, de los cuales \$ 8.163.730,77 millones de dólares provinieron de la Unión Europea que representa el 87% del total de importaciones de ese año; evidenciando un crecimiento en las importaciones de bebidas alcohólicas procedentes de la UE del 264% respecto al año 2016; similar comportamiento se observa en el año 2018 ya que se importó de manera global \$ 18.381.445,78 millones de dólares de los cuales \$ 15.939.985,37 millones corresponde a la UE es decir el 87% del total de importaciones del año, y con un incremento del 95% en comparación de año 2017.

3.5.2.1 Principales países de donde Ecuador importa bebidas alcohólicas de la Unión Europea. Al revisar la información sobre la procedencia del país de origen de las bebidas alcohólicas importados desde la Unión europea se observa los siguientes resultados.

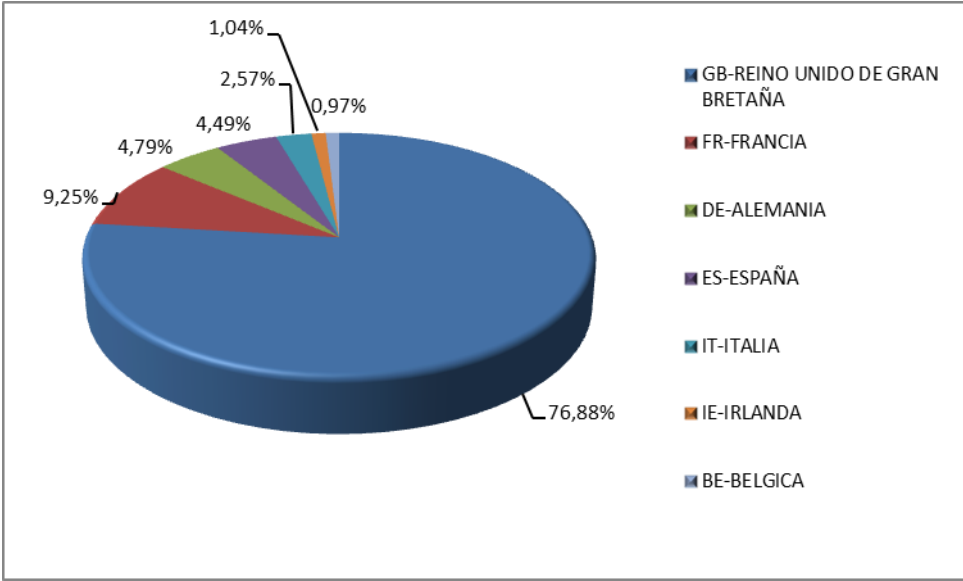
Tabla 70. Principales países de origen de importación de bebidas alcohólicas UE 2018

| País de origen | Detalle | Valor en dólares | % |
|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| GB-Reino Unido De Gran Bretaña | Whisky y cremas | \$ 12.255.380,43 | 76,88% |
| FR-Francia | Whisky , vinos y cremas | \$ 1.474.835,23 | 9,25% |
| DE-Alemania | Cerveza y vinos | \$ 763.125,73 | 4,79% |
| ES-España | Vinos y cervezas | \$ 715.984,50 | 4,49% |
| IT-Italia | Vinos | \$ 410.225,55 | 2,57% |
| IE-Irlanda | Cremas | \$ 165.931,67 | 1,04% |
| BE-Bélgica | Cerveza | \$ 154.502,26 | 0,97% |
| Total | | \$ 15.939.985,37 | 100% |

Fuente: SENA E 2019

Elaborado por: Milton Manotoa

Gráfico 53. Principales países de origen de importación de bebidas alcohólicas UE
2018



Respecto al país de origen de la importación de bebidas alcohólicas se puede evidenciar que el principal socio comercial es Reino Unido de Gran Bretaña con el 76,88% de bebidas alcohólicas provenientes de ese país en el año 2018, bebidas como el Whisky y cremas, en segundo lugar se encuentra Francia con el 9.25% con bebidas como Whisky, vinos y cremas, seguido de España con el 4.49% con bebidas como Vinos y cervezas, en menor participación están Italia, Irlanda, y Bélgica con el 2,57%; 1,04%; y 0,97% respectivamente.

4. CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez desarrollado el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la presente investigación se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones:

4.1 Conclusiones

- En el análisis de datos se evidencia dos escenarios distintos con la entrada en vigor del Acuerdo Comercial con la Unión Europea, a partir del 1 de enero de 2017, por un lado un impacto positivo en el crecimiento de los volúmenes de ventas de las empresas Distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas debido a la gran diversidad de licor proveniente de la Unión Europea que según resultados de la encuesta el 92% de las empresas distribuidoras se han beneficiado con el acuerdo con incrementó de ventas de alrededor 30%, por otro lado el comportamiento en las empresas de Producción nacional de bebidas alcohólicas, según la encuesta, manifiestan en un 91% que el Acuerdo Comercial no beneficia a la industria nacional. Sin embargo según información reportada en el SRI, respecto a la recaudación del Impuesto a la Renta, Salida de divisas e Impuesto a los consumos especiales se evidencia un crecimiento significativo a partir de la entrada en vigor del acuerdo comercial.
- De los datos globales de importaciones de bebidas alcohólicas provenientes de la Unión Europea se evidencia un crecimiento significativo del 264% en el año 2017 en comparación al año 2016; ya con la vigencia del acuerdo comercial (aranceles cero para bebidas alcohólicas), para el año 2018 con un crecimiento del 95% respecto al año 2017; beneficiado a las empresas dedicadas a la distribución de bebidas alcohólicas en el incremento en volúmenes de ventas por precios accesibles y diversidad de productos de excelente calidad; lo que resulta de igual manera beneficioso para el consumidor final. Cabe destacar que con la vigencia del acuerdo ha disminuido significativamente el contrabando de bebidas alcohólicas justamente

por los precios bajos del licor importado. En este sentido se puede concluir que el Acuerdo comercial tiene un efecto positivo para el Sector licorero, consumidores y por ende para el Estado Ecuatoriano por el incremento en la recaudación tributaria a partir de la entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea.

- Por otro lado, las empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas se ven directamente afectada por la llegada de más producto importado proveniente de la Unión Europea con precios bajos, incluso menores que los producción ecuatoriana, así lo manifiestan un 72% de las empresas consultadas que consideran no poder competir con los licores provenientes de la Unión Europea, y muestran su preocupación por un posible cierre de sus establecimientos.
- Las empresas dedicadas a la producción nacional de bebidas alcohólicas, ante la entrada en vigor de acuerdo comercial con la Unión Europea se han visto en la necesidad de implementar estrategia de competitividad como reducir precios, incrementar inversión en desarrollo y mejora de calidad de sus productos, mejora de procesos de producción, así como posicionar su marca entre otros, así lo manifiesta según la encuesta en un 67% de los consultados. Adicional a ello, estas empresas ven con optimismo la oportunidad de apertura a nuevos mercados.
- Para las empresas de producción nacional de licores, el beneficio del acuerdo comercial está dado por el acceso a materia prima proveniente de la Unión Europea a precios económicos, lo que contribuye a mejorar sus costos de producción, sin embargo, la existencia de costos y gastos de carácter nacional como nómina e impuestos, no les permiten ser competitivos frente a los productos importados.
- Hay que destacar las competencias del ente de control SRI, con la implementación de nuevas herramientas como el etiquetado SIMAR para bebidas alcohólicas y tabaco, así como, el desarrollo tecnológico de su plataforma - servicios en línea, los cuales facilitan la declaración y pago de impuestos a tiempo, de igual manera a través de su página web facilita el acceso a información de carácter pública de los contribuyentes, herramientas que contribuyen al control fiscal, control en evasión

de impuestos, y para el caso de bebidas alcohólicas control al contrabando y licor adulterado.

- En términos tributarios, para el Estado ecuatoriano la entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea, ha sido plenamente beneficioso ya que se puede evidenciar un incremento en la recaudación tributaria del 13.13% en el año 2018 en comparación al año 2016. De igual manera al desagregar las contribuciones del impuesto a los consumos especial global se observa un incremento del 23.43% en el 2018 respecto del año 2016; referente al ICE de bebidas alcohólicas refleja un crecimiento del 22% en el año 2018 en relación al año 2016.
- Desde el punto de vista del consumidor de igual manera ha sido plenamente beneficioso debido a la diversidad de bebidas alcohólicas de excelente calidad a precios accesibles provenientes de la Unión Europea, lo que le brinda la capacidad de elegir según sus gustos y preferencias.
- Al hablar del etiquetado SIMAR, la implementación del sistema en las empresas de producción nacional de licores, tiene resultados positivos ya que a la fecha se han etiquetado 10.841.019 millones de unidades, lo cual ha contribuido en primer lugar al control fiscal y recaudación del impuesto a consumos especiales que para el año 2018 fue de 393.67 millones de dólares para el año 2018 en Bebidas alcohólicas, cervezas y cigarrillos, lo que representó un incremento en la recaudación de ICE de 7.6 millones de dólares americanos respecto al año 2017, adicional a ello, el sistema de marcación y rastreo ha disminuido el riesgo de encontrar en el mercado licores de contrabando y/o adulterados. Ofreciendo de esta manera una transparencia en la información fiscal, así como mayor confianza por parte del consumidor que prefiere licores de producción nacional, sin embargo, existe los riesgos de falsificación de etiquetas que la administración tributaria está en constante control.

4.2 Recomendaciones

- La firma de tratados internacionales o acuerdos comerciales acorde a las características económicas, culturales y sociales de las partes firmantes en términos globales son considerablemente beneficiosas para los países que interviene, debido a que se dinamiza la economía del país, se fortalece la competitividad leal, se incrementa la inversión y desarrollo de productos o servicios, se genera fuentes de empleo, entre otro, todo ello contribuya al incremento de recaudación tributaria para el Estado, por lo que se sugiere ampliar la posibilidad de negociaciones para acuerdos comerciales que beneficien al País.
- Como parte del fomento productivo que impulsa el gobierno nacional, se recomienda incluir al sector licorero en especial a las empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas, apoyando a su sostenibilidad a través de incentivos tributarios especiales, así como financiamiento a través de líneas de crédito especiales, flexibles y de largo plazo para el sector, de igual manera la implementación de programas de fortalecimiento de capacidades para la innovación y desarrollo de sus productos a fin de ser competitivos y mantenerse en el mercado interno y tener la visión de extender sus fronteras al mercado internacional con la exportación de sus productos de calidad.
- Para que las empresas de Producción nacional de bebidas alcohólicas pueda mantenerse en el mercado, está obligada a impulsar estrategias de innovación y desarrollo en la calidad de productos; diversificación en sabores, presentaciones, tipos de botellas, así como optar por nuevas y atrayentes promociones.
- Las empresas de Producción nacional de bebidas alcohólicas debe tener la visión de apertura de mercados nuevos, fuera del interno. Como llegar a España, EEUU y China.
- La optimización de los costos de producción, mejora de procesos, calidad del producto, son clave de éxito para las empresas de producción nacional de licores.

Bibliografía

- Banco Central del Ecuador. (2018). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- Banco Mundial. (2017). *Datos Unión Europea*. Obtenido de World Bank Group: <https://datos.bancomundial.org/region/union-europea>
- Carrillo Salcedo, J. A. (1992). Curso de Derecho Internacional Público. En J. A. Salcedo, *Curso de Derecho Internacional Público* (pág. 105).
- Carrillo Salcedo, J. A. (1992). *Curso de Derecho Internacional Público*.
- Comercio, . (2018). *Documento de reflexión de la Comisión sobre el encauzamiento de la globalización*.
- COMEX. (2017). *Comité de Comercio Exterior*. Obtenido de www.comercioexterior.gob.ec
- Competencia. (2018). *Competencia Unión Europea*. Obtenido de http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_es.html
- Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Obtenido de <http://www.lexix.com.ec>
- Consumidores Unión Europea. (2018). *Consumidores Unión Europea*.
- De La Lama, M. (1979). La Constitución Política De 1979 Y Los Tratados.
- Dirección General de comunicación(Comision Europea). (11 de 10 de 2018). *Unión Europea* . Obtenido de Unión Europea: http://publications.europa.eu/webpub/com/eu-what-it-is/es/#chapter2_8
- ec.europa.eu. (2018). *ec.europa.eu*. Obtenido de ec.europa.eu: https://ec.europa.eu/info/topics/migration-and-asylum_es
- Economía y euro. (2018). *Documento de reflexión de la Comisión Europea sobre la profundización de la Unión Económica y Monetaria*. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/economy-finance-and-euro_es

Educacion y formacion. (2018). Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/education-and-training_es

El Comercio. (18 de Diciembre de 2015). Correa espera que Ecuador se integre al acuerdo con la UE antes de diciembre 2016. págs. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-integre-acuerdocomercial-union europea-2016.html>.

Empleo y asuntos sociales. (2018). Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/employment-and-social-affairs_es

Empresa e Industria. (2018). *Empresa e Industria*. Obtenido de https://europa.eu/european-union/topics/enterprise_es

Grupo de productos, Unión Europea, https://webgate.ec.europa.eu/isdb_results/factsheets/country/details_ecuador_en.pdf. (2018). Obtenido de https://webgate.ec.europa.eu/isdb_results/factsheets/country/details_ecuador_en.pdf

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-integre-acuerdocomercial-union europea>. (2016). Acuerdo Comercial con la Union Europea. (<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-integre-acuerdocomercial-union europea-2016.html>).

Importaciones & Exportaciones Unión Europea. (2018). Obtenido de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/september/tradoc_122530.pdf

Importancia . (28 de 01 de 2019). *IMPORTANCIA*. Obtenido de <https://www.importancia.org/union-europea.php>

INEC. (2019). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Investigacion e innovacion. (2018). *Investigacion e innovacion Unión Europea*. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/research-and-innovation_es

Jiménez de Aréchaga. (1990). Tratado.

Jiménez Guerra, L. (2017). *Definición de Tratados*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/tratados-internacionales>

Llanos Mansilla, H. (1995). Que un acuerdo comercial.
Mercado Unico. (2018). *Mercado Unico*. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/single-market_es
Migracion. (2018). Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/migration-and-asylum_es
Organización Mundial del Comercio. (1986). *Ronda de Uruguay*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/marrakesh_decl_s.htm
Organización Mundial del Comercio. (1995). *Acuerdo de la Ronda Uruguay*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/marrakesh_decl_s.htm
Organizacion Mundial del Comercio, Ronda Uruguay. (1995). *OMC*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/marrakesh_decl_s.htm
Politica Aduanera. (2018). *Politica Aduanera*. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/customs_es
Politica Regional. (2018). *Politica Regional Unión Europea*.
Proyección de crecimiento Unión Europea. (2018). Obtenido de https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-performance-and-forecasts/economic-forecasts/autumn-2018-economic-forecast-sustained-less-dynamic-growth-amid-high-uncertainty_es
Publicación de la Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (03 de 2017). Obtenido de https://europa.eu/european-union/index_es
Registro Oficial. (2016). *Registro Oficial 807 y 803*. Obtenido de www.registroficial.gob.ec
Registro Oficial Suplemento 405. (29 de 12 de 2014).
Registro Oficial Suplemento 900. (06 de 12 de 2016). PROTOCOLO DE ADHESION AL ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES UNION EUROPEA.
Registro Oficial, 807 - 803, www.registroficial.gob.ec. (2016). Obtenido de www.registroficial.gob.ec

- Seguridad Unión Europea. (2018). Obtenido de https://ec.europa.eu/info/topics/borders-and-security_es
- SENAE, R. p. (2016). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/SENAE-DGN-2015-0185-RE.pdf>
- Servicio de Rentas Internas, L. d. (3 de 01 de 2019). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/LEY%20DE%20R%C3%89GIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf>
- Union Europea. (2018). *europa.eu*. Obtenido de [europa.eu: https://ec.europa.eu/info/topics/migration-and-asylum_es](https://ec.europa.eu/info/topics/migration-and-asylum_es)
- Unión Europea. (4 de 7 de 2018). *europa.eu*. Obtenido de [europa.eu: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es)
- Virally Michae, Sorence y Diez de Velasco. (1978-1984). Fuentes del Derecho Internacional, Manual de Derecho Internacional Público, Instituciones de Derecho Internacional Público.

ANEXOS

Anexo A. Encuestas a empresas distribuidoras al por mayor de bebidas alcohólicas

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Pontificia Universidad Católica Del Ecuador-Matriz Facultad De Ciencias Administrativas Y Contables | |
| "Encuesta dirigida a Gerentes comerciales y/o Administradores CIU: Ventas al por mayor de bebidas alcohólicas" | |
| Objetivo: | |
| La siguiente encuesta tiene la finalidad de recopilar información sobre los efectos en la aplicación del acuerdo comercial entre UE y Ecuador referente al sector licorero. | |
| Intrusiones: | |
| * Lea detenidamente la pregunta y responda con la mayor sinceridad posible | |
| * Seleccione una de las alternativas con una (x) | |
| Datos Generales | |
| Género: | Masculino () Femenino () |
| Edad: | 18-29 () 30-40 () 41-50 () 51 o más () |
| Cargo: | Administrativo () Comercial () |
| Años de servicio | 0 - 5 () 6 -10 () 11-15 () 16 -20 () más de 20 () |
| 1. ¿Considera usted que ha sido beneficioso para el sector licorero la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea? | |
| SI | () NO () |
| 2. ¿Con la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea se han incrementado sus ventas anuales? | |
| SI | () NO () |
| 3. ¿Si se hace una comparación entre las ventas anuales de su empresa del año 2016, con las del año 2018 en que porcentaje mejoraron, se mantuvieron o disminuyeron? | |
| -20 | () |
| -15 | () |
| -10 | () |
| 0% | () |
| 10% | () |
| 15% | () |
| 20% | () |
| otros | |

4. ¿Sobre las ventas de licor de producción nacional en que porcentaje disminuyeron o incrementaron desde la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea en su empresa?

-30% ()

-20% ()

-10% ()

10% ()

20% ()

30% ()

Otro

5. ¿Qué año fue el de mayor volumen de ventas de licor nacional en su empresa?

* 2016 ()

* 2017 ()

* 2018 ()

6. ¿Qué porcentaje de sus ventas anuales corresponde a licores Importados?

* 20% ()

* 30% ()

* 40% ()

* 50% ()

* 60% ()

Otros

7. ¿Piensa que los licores nacionales pueden competir con el licor importado proveniente de la Unión Europea?

SI () NO ()

8. ¿Según su criterio, cuáles son los factores por los que, licores nacionales no podrían competir con los licores importados de la UE?

* Precios bajos ()

* Calidad del producto ()

* Marca ()

* Otros

9. ¿Cree usted que con la aplicación de salvaguardias, se ayudó a las marcas nacionales de licores darse a conocer?

SI () NO ()

10. ¿Es posible que las empresas de producción de licores nacionales cierren, por falta de ventas debido al incremento de importación de licor desde UE?

SI () NO ()

11. ¿Con la vigencia de acuerdo comercial con la Unión Europea, su empresa ha generado?

* Incremento de fuentes de empleo ()

* incremento en las ventas ()

* Ninguna de las anteriores ()

* Otros

12. ¿Según su criterio, el acuerdo comercial con la Unión Europea ayudó a combatir el contrabando?

SI () NO ()

13. ¿Según su criterio, considera que el etiquetado SIMAR ayuda al control fiscal?

() NO ()

14. ¿Cree usted que el etiquetado SIMAR es útil para evitar el fraude fiscal en las empresas del sector licorero?

SI () NO ()

15. ¿Considera usted, que el etiquetado SIMAR es efectivo en cuál de las siguientes opciones?

* control de contrabando ()

* control en la adulteración de licor ()

* Control fiscal ()

* Regulación en la competencia desleal ()

* Otros

Muchas Gracias por su colaboración

Anexo B. Encuestas a empresas de producción nacional de bebidas alcohólicas.

Pontificia Universidad Católica Del Ecuador-Matriz
Facultad De Ciencias Administrativas Y Contables

"Encuesta dirigida a Gerentes comerciales y/o Administradores
CIU: Elaboración de bebidas alcohólicas"

Objetivo:

La siguiente encuesta tiene la finalidad de recopilar información sobre los efectos en la aplicación del acuerdo comercial entre UE y Ecuador referente al sector licorero.

Intrusiones:

* Lea detenidamente la pregunta y responda con la mayor sinceridad posible

* Seleccione una de las alternativas con una (x)

Datos Generales

Género: Masculino () Femenino ()

Edad: 18-29 () 30-40 () 41-50 () 51 o más ()

Cargo: Administrativo () Comercial ()

Años de servicio 0 - 5 () 6 -10 () 11-15 () 16 -20 () más de 20 ()

1. ¿Considera usted que ha sido beneficioso para el sector licorero la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea?

SI () NO ()

2. ¿Las ventas de licor de producción nacional en qué porcentaje disminuyeron o incrementaron desde la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea en su empresa?

-30% ()

-20% ()

-10% ()

10% ()

20% ()

30% ()

Otro

3. ¿Qué año fue el de mayor volumen de ventas de licor nacional en su empresa?

* 2016 ()

* 2017 ()

* 2018 ()

4. ¿Si se hace una comparación entre las ventas de licor nacional del año 2016, con las del año 2018 que porcentaje mejoró, se mantuvo o disminuyó?

-20 ()

-15 ()

-10 ()

0% ()

10% ()

15% ()

20% ()

5. ¿Piensa que los licores nacionales pueden competir con el licor importado proveniente de la Unión Europea?

SI ()

NO ()

6. ¿Según su criterio, cuáles son los factores por los que, licores nacionales no podrían competir con los licores importados de la UE?

* Precios bajos ()

* Calidad del producto ()

* Marca ()

* Otros

7. ¿Qué estrategias ha tomado su empresa para ser competitivo bajo el acuerdo comercial con la Unión Europea?

* Mejorar la calidad ()

* Reducir los precios ()

* Campañas publicitarias ()

* Reducir su producción ()

* Importar la materia prima de la Unión Europea ()

* Otros

8. ¿Qué aspectos positivos se han presentado en su empresa desde la aplicación del acuerdo comercial con la Unión Europea?

* Apertura de nuevos mercados ()

* Acceso a materia prima ()

* Mayor rentabilidad ()

* Estabilidad de precios ()

* Competencia igualitaria ()

* Otros

9. ¿Cree usted que con la aplicación de salvaguardias, se ayudó a las marcas nacionales de licores a darse a conocer?

SI ()

NO ()

10. ¿Es posible que las empresas de producción de licores nacionales cierren, por falta de ventas debido al incremento de importación de licor desde UE?

SI ()

NO ()

11. ¿Con la vigencia de acuerdo comercial con la Unión Europea, su empresa ha generado?

- * Incremento de inversión en desarrollo y calidad producto ()
- * Incremento de fuentes de empleo ()
- * incremento en la producción ()
- * Incremento en la exportación de productos ()
- * Ninguna de las anteriores ()
- * Otros

12. ¿Cuáles han sido las desventajas para su empresa la aplicación del acuerdo comercial con la UE?

- * Disminución de las Ventas ()
- * Baja competitividad ()
- * Otras

13. ¿Según su criterio, el acuerdo comercial con la Unión Europea ayudó a combatir el contrabando?

SI () NO ()

14. ¿Según su criterio, considera que el etiquetado SIMAR ayuda al control fiscal?

SI () NO ()

15. ¿Cree usted que el etiquetado SIMAR es útil para evitar el fraude fiscal en las empresas del sector licorero?

SI () NO ()

16. ¿Considera usted, que el etiquetado SIMAR es efectivo en cuál de las siguientes opciones?

- * Control de contrabando ()
- * Control en la adulteración de licor ()
- * Control fiscal ()
- * Regulación en la competencia desleal ()
- * Otros

Muchas Gracias por su colaboración