

Special consumption tax (ICE) and its impact on the sale of cane liquor from the company Embotelladora Licorera Manabí S.A. CEILMACA
Impuesto a los consumos especiales (ICE) y su impacto en la venta de aguardiente de caña de la compañía Embotelladora Licorera Manabí S.A. CEILMACA

Autores:

Cedeño-Cedeño, Jahaira Katerine
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ, UTM
Facultad de Posgrado
Portoviejo – Ecuador



jcedeno3197@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0003-2226-5771>

Zambrano-Intriago, María Marjorie
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Docente de la Escuela de Contabilidad y Auditoría
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, UTM
Portoviejo – Ecuador



marjorie.zambrano@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-4471-5791>

Fechas de recepción: 30-DIC-2024 aceptación: 30-ENE-2025 publicación: 15-MAR-2025



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>



Resumen

En Ecuador se han dado varios cambios relacionados con los tributos, para obtener mayores recursos económicos, sin embargo, esto no ha sido del todo beneficioso para los comerciantes ya que ha limitado su nivel de competitividad entre empresas, especialmente aquellas que deben pagar el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE). Por tanto, este artículo se basó en determinar el impacto del pago del impuesto a los consumos especiales (ICE) en la venta de aguardiente de caña de la Compañía Embotelladora Licorera Manabí S.A. CEILMACA, durante el periodo 2019-2021. Para lo cual se desarrolló una investigación no experimental, de alcance descriptivo-explicativo y de enfoque mixto, donde se consideró como muestra la totalidad de 6 colaboradores más antiguos de la empresa, a quienes se aplicó una entrevista. Además, se realizó una revisión documental de la información financiera publicada en la Superintendencia de Compañías. Los resultados relacionados con la información financiera muestran que el nivel de ventas en el año 2021 incrementó el 100% y el ICE generado representó el 14% del total de los ingresos obtenidos en la venta de aguardiente, por otra parte, la rentabilidad de la empresa en año 2019 donde hubo un mayor pago del ICE fue menor en relación a los otros años donde se paga menor impuesto. Se concluye que, la disminución o aumento de las tarifas del ICE inciden en el precio de venta al público, niveles de venta y en la rentabilidad que genera la empresa.

Palabras clave: Empresa; impuesto; rentabilidad; ventas



Abstract

In Ecuador there have been several changes related to taxes, to obtain greater economic resources, however, this has not been entirely beneficial for merchants since it has limited their level of competitiveness between companies, especially those that must pay the Tax. Special Consumption (ICE). Therefore, this article was based on determining the impact of the payment of the special consumption tax (ICE) on the sale of cane liquor from Compañía Embotelladora Licorera Manabí S.A. CEILMACA, during the period 2019-2021. For which a non-experimental investigation was developed, with a descriptive-explanatory scope and a mixed approach, where the entire 6 most senior collaborators of the company were considered as a sample, to whom an interview was applied. In addition, a documentary review of the financial information published in the Superintendence of Companies was carried out. The results related to the financial information show that the level of sales in 2021 increased 100% and the ICE generated represented 14% of the total income obtained from the sale of liquor, on the other hand, the profitability of the company In 2019, where there was a higher ICE payment, it was lower in relation to the other years where a lower tax was paid. It is concluded that the decrease or increase in ICE rates affects the public sale price, sales levels and the profitability generated by the company.

Keywords: : Company; tax; profitability; sales



Introducción

El gobierno tiene la potestad de establecer impuestos, con el fin de obtener los recursos necesarios, que permita financiar el gasto público, por ende, las personas naturales como jurídicas están en la obligación de pagar tributos para el desarrollo del país.

A nivel mundial, todos los países crean y aplican impuestos apoyándose en la ley con el objetivo de costear los gastos corrientes y de inversión del estado; a su vez, sus implicaciones recaen sobre los agentes económicos al modificar los precios de bienes y servicios que resulta en una cadena de ajustes en la transacción comercial, que principalmente es aplicado por las empresas, pero estos lo trasladan al comprador con un aumento en el precio de venta (Chávez et al., 2020).

En España, los impuestos especiales a bebidas alcohólicas representan un porcentaje menor al producto interno bruto en relación a otros países de Europa (Mora, 2018). En varios países latinoamericanos se aplica este impuesto, tal es el caso de Perú, donde se denomina impuesto a los consumos específicos y es un impuesto monofásico, es decir, se grava una sola etapa de la cadena productiva a nivel de importador o productor, que son quienes deben pagar el tributo (Ríos, 2019).

Existen diferentes tipos de impuestos entre estos, el impuesto a los consumos especiales, considerado como uno de los impuestos más importantes para la recaudación impositiva de Ecuador. Es un tributo que se grava al consumo de bienes o servicios considerados lujosos, sean de procedencia nacional o importados y, además, es aplicado a los productos que son nocivos para la salud o que afectan a la sociedad indirectamente, tales como: cigarrillos, alcohol, bebidas alcohólicas y cervezas, vehículos motorizados, perfumes y aguas de tocador, armas de fuego, además, en este impuesto se grava los servicios de telefonía fija y televisión pagada (Servicio de Rentas Internas, 2022).

En Ecuador, dicho impuesto se adoptó inicialmente en el año 1982 bajo el nombre de impuestos selectivos, con una reforma tributaria se implantó el impuesto direccionado al consumo de cigarrillos y cervezas, se acrecentó los impuestos a los bienes suntuarios y la instauración del impuesto a la matriculación de vehículos lujosos y sustitutos a través del vigente impuesto ICE. En este contexto, el ICE en el país entró en vigor el 22 de diciembre



de 1989 bajo la Ley N°56 publicada en el Registro Oficial N°341. Las reformas se direccionaron a modificar las tarifas y la introducción de otros productos, es decir, no cambiaron significativamente el cuerpo legal de la cobranza del impuesto (Ballesteros & Merlo, 2017).

El impuesto a los consumos especiales es el cuarto impuesto que genera mayor recaudación al Estado, ya que entre enero y octubre de 2021 sumó \$687 millones y en los mismos meses del año 2020 un 15% más (Orozco, 2021). Durante el periodo 2007-2021 a través de la reforma tributaria sobre el ICE se incrementaron el número de productos gravados de 7 a 14, incluyendo las bebidas alcohólicas, con el argumento de que son suntuarios o tienen efectos en la salud o el ambiente (Allauca et al., 2020). Cabe destacar que las bebidas alcohólicas tuvieron un nivel de representación del 61% en el mercado de las bebidas en general con un monto de \$3.529 millones de dólares en el periodo del 2007 – 2018 (Andrade et al., 2020). Sin embargo, la Asociación de Industriales Licoreros del Ecuador manifestaron que en el año 2020 se registra una caída del 56% de las ventas cuyo valor ascendió a 7,8 millones de litros, mientras que, el dato del año 2004 evidencia que se vendieron 17,6 millones de litros de bebidas alcohólicas, dado por diversos factores entre estos el aumento de impuestos (Coba, 2021). Al respecto, Larrea & Larrea (2018) señala que la aplicación de los impuestos ha generado un impacto en las importaciones y en el precio de los licores en el país a partir del año 2013 hasta el 2015, con las salvaguardias que debían eliminarse hasta junio de 2016, sin embargo, por la crisis económica, se aplazó hasta junio del siguiente año.

En Manabí, se producen bebidas alcohólicas que por lo general provienen de frutas, aguardiente, vinos y rompopo, presentan un alto estándar de calidad y mantienen la propiedad de la campiña manabita (Buenaventura et al., 2021). Tal es el caso de la Compañía CEILMACA, que se dedica a la industrialización y embotellamiento de los aguardientes producidos en la provincia de Manabí para luego ofertar al mercado diferentes clases y tipos de licores cumpliendo con las leyes y reglamentos de la Dirección de alcoholes (Compañía Embotelladora Industrial Licorera Manabí C.A., 2022). Esta empresa registró en el año 2019 ventas por un valor de 1.781.225,00, en el año 2020 este rubro disminuyó a \$1.467.850,00 estas variaciones constituyen un referente para analizar si el ICE ha tenido incidencia en las ventas declaradas por esta empresa (Superintendencia de Compañías, 2021).



Con los antecedentes expuestos, el objetivo de este artículo fue determinar el impacto del pago del impuesto a los consumos especiales (ICE) en la venta de aguardiente de caña de la Compañía Embotelladora Licorera Manabí S.A. CEILMACA, durante el periodo 2019-2021.

Fundamento teórico

Impuesto a los consumos especiales

El impuesto a los consumos especiales se aplica a los bienes de procedencia nacional o importados y a los servicios descritos en el Art 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno (Servicio de Rentas Internas, 2022).

De conformidad a lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno, las tarifas específicas y ad valorem para alcohol, bebidas alcohólicas y cervezas se detallan en la tabla 1.

Tabla 1

Tarifas ICE para bebidas alcohólicas

Bienes y servicios	Tarifa	
	Específica (USD)	Ad valorem (%)
Alcohol (uso distinto a bebidas alcohólicas y farmacéuticos) y, bebidas alcohólicas	\$10,15 por litro de alcohol puro	75%
Cerveza Artesanal	\$1,52 por litro de alcohol puro	75%
Cerveza Industrial	\$13,28 por litro de alcohol puro	75%

Nota. Extraído de Servicio de Rentas Internas (2024)

En razón del Art. 76 y 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno, en el cálculo del ICE se debe considerar los siguientes puntos:

- Las tarifas específicas son aplicables sobre el total de litros de alcohol puro, debiéndose multiplicar el volumen en litros por el grado de alcohol expresado en la escala Gay Lussac del producto.
- En el caso que el precio de venta del fabricante o ex aduana sea superior a USD 4,60 por litro de bebida, debe aplicarse el 75% sobre el excedente entre el precio



de venta del fabricante o ex aduana y los USD 4,60 (o su proporcional). Si el precio de venta del fabricante o ex aduana es inferior a USD 4,60 no se realiza dicho cálculo. Se aplica la tarifa ad valorem correspondiente, a las personas naturales u organizaciones de la economía popular y solidaria productoras de bebidas alcohólicas producidas con alcoholes o aguardientes, provenientes de productos agropecuarios, adquirido a artesanos, micro o pequeñas empresas u organizaciones de la economía popular y solidaria, siempre que su precio de venta no exceda los USD 9,20.

- c) El ICE que se paga al momento de la desaduanización de las importaciones o en la primera etapa de comercialización en el caso de la producción nacional, corresponde a la suma de los valores resultantes de los literales a y b (Servicio de Rentas Internas, 2024).

Base imponible del ICE

Un paso previo al pago del ICE es determinar la base imponible de los productos, que a partir del año 2020 y de acuerdo al Art. 76 de la Ley de Régimen Tributario Interno son las siguientes:

Tabla 2

Bases imponibles del ICE

	Cálculo
Base imponible en función del PVP sugerido por el fabricante, importador o prestador de servicios	$\frac{\text{Precio de venta al público sugerido}}{(1 + \%IVA) \times (1 + \%ICE)}$
Base imponible en función de precio de venta del fabricante	$\frac{\text{Precio de venta del fabricante}}{(1 + \%IVA) \times (1 + \%ICE)} \times 1,30$
Base imponible en función de precio de ex aduana	Precio ex aduana x 1,30
Base imponible para tarifa específica	# Unidades

Nota. Extraído de Servicio de Rentas Internas (2024)



Material y métodos

El tipo de investigación fue no experimental, ya que se analizaron varios factores relacionados con la temática sin realizar ningún tipo de modificación a los datos que refleja la compañía CEILMACA. De acuerdo con este tipo de investigación, se basa en variables o sucesos donde no interviene de manera directa el investigador, es decir, sin que este altere el objeto de investigación (Guevara et al., 2020).

La presente investigación tuvo un alcance descriptivo-explicativo porque se especificó las características de las variables impuesto a los consumos especiales y la venta de aguardiente de caña de la Compañía Embotelladora Licorera Manabí S.A. CEILMACA, en el periodo 2019-2021. El alcance descriptivo-explicativo según Ramos (2020), permite detallar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno, con este alcance se busca especificar características y perfiles de cualquier situación u objeto que se analiza.

El enfoque es mixto, ya que se considera información presentada en los estados financieros de la empresa para determinar las variaciones que presentó en el rubro de las ventas por el ICE. Este enfoque de acuerdo con Villalobos (2019), se caracteriza por presentar información cualitativa y cuantitativa que permite un mayor entendimiento del fenómeno estudiado.

La población considerada corresponde a 6 colaboradores más antiguos de la empresa, quienes proporcionaron mayor detalle sobre la afectación que ha tenido la empresa con el transcurso del tiempo por el incremento de la tarifa ICE. Se considera como muestra la totalidad de la población, ya que es poco significativa para llevar a cabo la aplicación de una fórmula que determine el tamaño muestral. En este sentido, el tipo de muestreo aplicado es no probabilístico por conveniencia. En este tipo de muestreo según Hernández (2021), el investigador elige los participantes que considere conveniente para el desarrollo del estudio, prioriza la facilidad de acceso y ubicación de los mismos.

En esta investigación se empleó la técnica de la entrevista, donde a través de un conjunto de preguntas direccionadas a los colaboradores de la empresa se obtuvo aspectos relevantes relacionados con la temática investigada. También, se aplicó la revisión documental de la

información reflejada en documentos financieros extraídos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

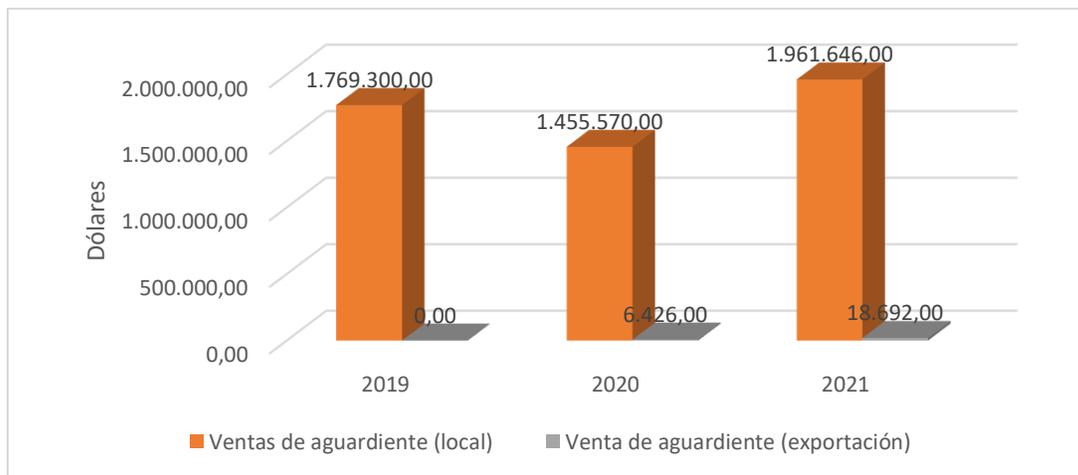
La información obtenida se procesó a través del programa Microsoft Excel, para representar los datos en tablas y gráficos estadísticos que permitieron comprender y analizar con mayor facilidad los resultados obtenidos

Resultados

Mediante la revisión documental de la información financiera de la Compañía CEILMACA, se analizaron aspectos relacionados con las ventas y sus variaciones durante el periodo 2019-2021, cuyos resultados se detallan en la figura 1.

Figura 1

Venta de aguardiente 2019-2021, CEILMACA

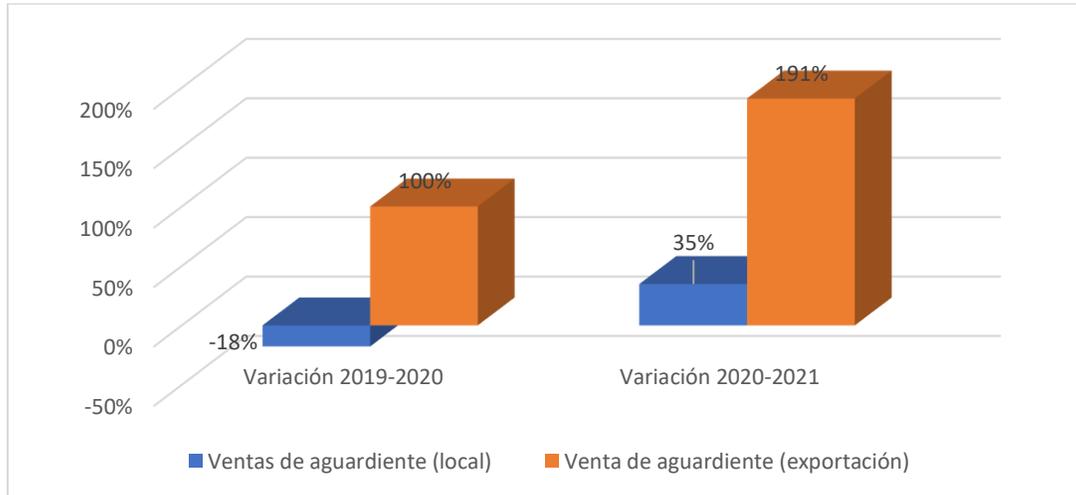


Nota. Datos extraídos de la Superintendencia de Compañías (2021).

Como se observa en la figura 1, la compañía en el año 2019 tuvo ventas de aguardiente en el mercado local de \$1.769.300,00 dólares, en el año 2020 este rubro disminuyó a \$1.455.570,00 dólares y en el año 2021 incrementó a \$1.961.646,00 dólares. En lo relacionado a las ventas de aguardiente al exterior para el año 2019 no reportó ninguna salida del producto, mientras que en el año 2020 reflejó un valor de \$6.426,00 dólares y en el año 2021 estas aumentaron a \$18.692,00 dólares. Las variaciones en valores absolutos y porcentual se representan en la figura 2.

Figura 2

Variación de las Ventas de aguardiente 2019-2021, CEILMACA

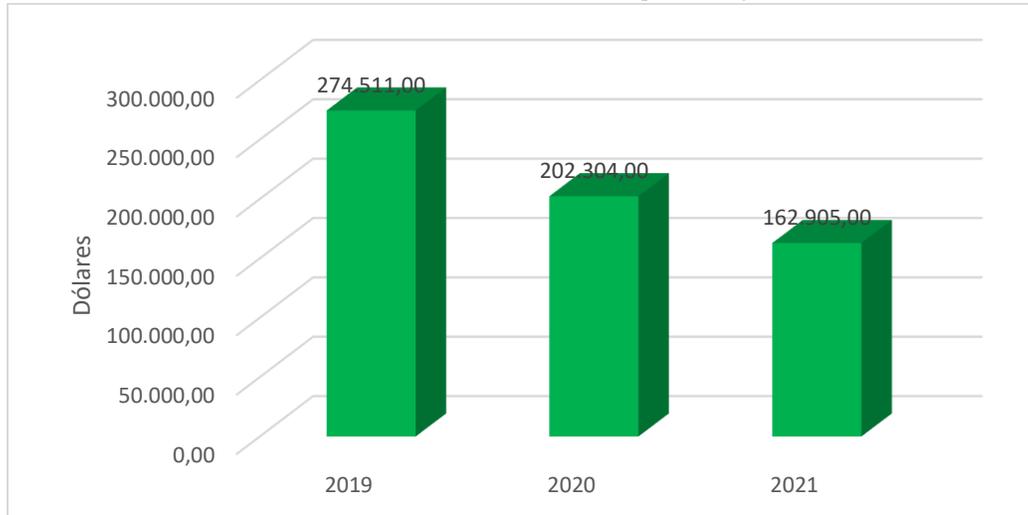


Nota. Datos extraídos de la Superintendencia de Compañías (2021).

Los datos de la figura 2, indican que la compañía CEILMACA en el año 2020 disminuyeron las ventas locales de aguardiente en un 18%, mientras que las exportaciones aumentaron en un 100%, ya que en el año 2019 no se registró valor por este rubro. Por otra parte, en el año 2021 en relación al año 2020 las ventas locales aumentaron el 35% mientras que las ventas al exterior presentaron un incremento notable del 191%. De esta manera se deduce que durante el último periodo analizado la empresa presentó mayor rotación de sus productos y que con el transcurso del tiempo se está dando a conocer más en otros países.

Figura 3

ICE CEILMACA 2019-2021



Nota. Datos extraídos de la Superintendencia de Compañías (2021).

La empresa CEILMACA en el año 2019 generó un ICE por un valor que asciende a \$274.511,00 dólares, en el año 2020 este rubro fue de \$202.304,00 dólares menor al año anterior. En el año 2021 el ICE fue de \$162.905,00 dólares también reflejaron una disminución en el monto generado por concepto de este impuesto en la venta de aguardiente.

La relación del ICE con las ventas de cada uno de los años analizados determina el nivel de representatividad de este impuesto sobre los ingresos que genera la empresa por el desarrollo de su actividad principal que es la venta de aguardiente a nivel local e internacional, para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Impacto ICE en las ventas año } t = \frac{\text{ICE año } t}{\text{Ventas año } t} \times 100$$

Por tanto, al aplicar dicha fórmula con los datos de la empresa CEILMACA tenemos:

Tabla 3

Representatividad del ICE en las ventas de CEILMACA

Año	Representatividad
2019	$\frac{274.511}{1.769.300} \times 100 = 16\%$
2020	$\frac{202.304}{1.461.996} \times 100 = 14\%$

$$2021 \quad \frac{162.905}{1.980.338} \times 100 = 8\%$$

Nota. Elaborado a partir de información obtenida de la Superintendencia de Compañías (2021)

De acuerdo a los resultados de la tabla 3, en el año 2019 el valor del ICE declarado por la empresa CEILMACA representó el 16% de las ventas totales de aguardiente. En el año 2020 la representatividad de este impuesto sobre las ventas fue del 14% menor en un 2% al año anterior, esto puede relacionarse con la disminución de las ventas por la presencia de la pandemia COVID 19. En el año 2021 el ICE representó el 8% de los ingresos obtenidos por la venta de aguardiente, en comparación a otros años objeto de análisis el 2021 fue el año con menor pago de ICE, a pesar de que las ventas fueron superiores, debido a que en el 2021 hubo reformas a las tarifas ICE, misma que redujeron de 7,25 a 7,18 por litro de alcohol puro. Además, cabe destacar que la reducción de las tarifas ICE incide también en la variación de los precios de los productos, por tanto, a mayor tarifa existe mayor probabilidad de aumento en los precios de venta al público y viceversa.

Otro de los aspectos financieros que se analizan en este estudio es el efecto del impuesto a los consumos especiales sobre la rentabilidad que ha tenido la empresa en el periodo 2019-2022. Para ello, en la tabla 4 se detalla el indicador de margen de utilidad neta, ya que permite medir la rentabilidad en relación a los ingresos obtenidos luego deducir los impuestos e intereses.

Tabla 4

Rentabilidad de CEILMACA 2019-2022

Margen de utilidad neta	2019	2020	2021
Utilidad neta	\$18.091	\$26.536	\$73.663
Ingresos totales	\$1.781.225	\$1.467.850	\$1.980.338
Utilidad neta/Ingresos totales	1%	2%	4%

Nota. Elaborado a partir de información obtenida de la Superintendencia de Compañías (2021)



De acuerdo a los datos de la tabla 4, en el año 2019 el nivel de rentabilidad obtenido por la empresa fue del 1%, en el año 2020 este indicador mostró un incremento al 2%, mientras que en el año 2021 se duplicó en relación al año anterior al 4%. La variación en los niveles de rentabilidad en referencia al ICE, se destaca que en el año 2019 que se paga un mayor valor por este impuesto la rentabilidad es menor en comparación a los otros años donde se observa un margen de utilidad neta mayor a medida que disminuye el ICE.

Por otra parte, en la entrevista realizada a las personas que laboran en la empresa CEILMACA indicaron que las reformas tributarias entorno al ICE incide en la variación de los precios de venta y cuando estos aumentan, hay menor acogida del producto. Esta situación se convierte en una cadena de desventajas para otros negocios, ya que, al reducirse las ventas la producción disminuye y existe menor requerimiento de materia prima, por tanto, ya no se comprará a los proveedores la misma cantidad de insumos, ya que en la empresa las adquisiciones se realizan en proporción a las ventas.

Uno de los aspectos que no tienen mayor afectación a causa del ICE son las inversiones, porque CEILMACA es una empresa posicionada a nivel local y está empezando a expandirse a nivel internacional con la exportación de aguardiente, misma que ha ido incrementado poco a poco.

En cuanto al beneficio que tiene el ICE para la empresa los colaboradores indicaron que, este impuesto genera ventajas a nivel país con su recaudación, sin embargo, consideran que es una desventaja para la producción de las empresas que buscan mantenerse en el mercado y expandirse a otros, el principal aspecto negativo que genera al entorno empresarial es la reducción a baja escala de la producción y de la venta de licores.

Discusión

La venta de aguardiente en el año 2021 registró un incremento lo que favorece a la empresa para el logro de sus metas y objetivos, no obstante, a mayores niveles de ventas mayor es el valor que debe pagar por concepto del impuesto a los consumos especiales. Egas et al. (2019) sostiene que, uno de los principales problemas entorno a este tema del impuesto a los consumos especiales, la falta de información por parte de quienes comercializan y expenden bebidas alcohólicas en nuestro medio, conlleva a que vendan sus productos sin conocer las



reformas tributarias lo que incide en la variación de los precios para la venta. Por otra parte, Allauca et al. (2020) consideran que, las reformas a la Ley Tributaria en relación al ICE han generado un efecto en cadena entre los productores intermedios y los finales, ya que la disminución de las ventas ha ocasionado una reducción de inventarios en materia prima, por consiguiente, las empresas han reducido las compras de insumos necesarios para la producción.

Lema (2018) sostiene que, el incremento o decremento de impuestos son muy comunes existen cambios de ciclo económico, en recesión por lo general aumentan los impuestos con el fin de incrementar los niveles de recaudación y sin embargo, el gobierno no ha logrado obtener un superávit fiscal en el presupuesto general del estado, es por ello, que este autor considera que el fin del gobierno ecuatoriano con el incremento del ICE a las bebidas alcohólicas es mejorar los ingresos del estado y desmotivar el consumo de estos productos. La rentabilidad de la empresa presenta variaciones en relación al aumento o disminución del ICE, es decir, a mayor impuesto menor rentabilidad y a menor impuesto mayor rentabilidad. Según Mayorga et al. (2022), el incremento del impuesto crea un desplazamiento de la demanda lo que genera una caída de renta, es decir, una disminución del consumo y de la inversión, por tanto, estas medidas son aplicables para reducir o eliminar el consumo de determinado producto que afecta el aspecto social de un país. De acuerdo con Catota et al. (2024), el ICE fue creado con dos fines, primero desincentivar el consumo de productos considerados nocivos para la salud y segundo imponer una carga tributaria mayor a bienes suntuarios, sin embargo, este autor agrega que el mecanismo actual para determinar este impuesto en bebidas alcohólicas tiene efectos poco favorables especialmente para empresas comercializadoras de bebidas con grados de alcohol alto.

Conclusiones

En el año 2020 todos los sectores productivos se vieron afectados por la Pandemia COVID 19 y sus niveles de ventas disminuyeron considerablemente, a tal punto que algunos empresarios optaron por cerrar sus negocios y quienes se mantienen aún no logran estabilizar al 100% su situación financiera. En el caso de la empresa CEILMACA mostró en ese año una disminución de su nivel de ventas y debió asumir un ICE que representó el 14% de dichos ingresos.



El aumento y disminución de las tarifas del ICE a través de las reformas tributarias inciden en el precio de venta al público del aguardiente y, por tanto, afectan los niveles de venta. En este sentido, es importante que la administración tributaria y el gobierno busquen mecanismos que eviten el incremento de este tipo de impuestos que podría de cierta manera afectar la estabilidad y permanencia de muchas empresas en el mercado local, especialmente de las pequeñas industrias y reducción de la capacidad de consumo por parte de los clientes. El ICE ha tenido incidencia en los niveles de rentabilidad obtenidos por la empresa, debido a que en el 2019 que pagó un rubro mayor por concepto de este impuesto presenta un margen de utilidad neta del 1%, mientras que en el año 2020 y 2021 este indicador fue del 2% y 4%, ya que el ICE fue menor. Por tanto, se deduce que a mayor pago de impuesto a los consumos especiales menor será la rentabilidad que generen los ingresos obtenidos por la empresa.

Referencias bibliográficas

- Allauca, J., Andrade, R., & Astudillo, P. (2020). Efectos económicos en el sector empresarial del Ecuador por las reformas tributarias en el ICE. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(4), 124–149. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i4.950>
- Andrade, X., Pisco, I., Quinde, L., & Coronel, C. (2020). El mercado de bebidas alcohólicas en Ecuador . *Revistas Industrias*, 2(1). <https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>
- Ballesteros, R., & Merlo, C. (2017). *Impacto del impuesto a consumos especiales con enfoque sobre las bebidas azucaradas* [Tesis de grado. Universidad Central del Ecuador]. <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/193c1af3-a5b3-40b8-a0e3-60bf02a04468>
- Buenaventura, Y., Vera, F., & Delgado, A. (2021). El sector licorero del Ecuador frente a las medidas tributarias impuestas. *INNOVA Research Journal*, 6(5), 693–716. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i5.2693>
- Catota, B., Jami, D., & Espín, L. (2024). Efectos de la recaudación del impuesto a los consumos especiales del Cantón Latacunga, período 2021-2022. *MQRInvestigar* , 8(2), 2038–2053. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.2.2024.2038-2053>



- Chávez, G., Chávez, R., & Betancourt, V. (2020). Análisis de la contribución del IVA, Renta, RISE e ICE en la Zona 7 del Ecuador periodo 2013-2017. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 330–335. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1524>
- Coba, G. (2021). Ventas de bebidas alcohólicas caen y la informalidad gana espacio. *PRIMICIAS*, 1(1). <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-bebidas-alcohol-contraccion-ecuador/>
- Compañía Embotelladora Industrial Licorera Manabí C.A. (2022). *Datos generales de la empresa*. Ceilmaca.Com. <http://ceilmaca.com/index.html>
- Egas, F., Cifuentes, L., Toala, D., & Proaño, E. (2019). El impuesto a los consumos especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas incluida la cerveza. *Visionario Digital*, 3(2), 294–304. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.477>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativa y de investigación acción). *Revista Científica Mundo de La Investigación y El Conocimiento*, 4(3), 163–173. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3), 1–3. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- Larrea, M., & Larrea, M. (2018). El sector licorero del Ecuador frente a las medidas tributarias impuestas. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 163–171. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.783>
- Lema, P. (2018). *Análisis económico de los impuestos a los consumos especiales aplicados a las bebidas alcohólicas establecidas por el Gobierno Ecuatoriano como política fiscal durante el periodo 2007-2016* [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11936/1/T-UCSG-POS-MFEE-146.pdf>
- Mayorga, T., Villacis, J., & Martínez, J. (2022). La reforma tributaria de los impuestos a los consumos especiales y su incidencia en la recaudación tributaria de bebidas gaseosas en el Ecuador. *Revista ENIAC Pesquisa, Guarulhos (SP)*, 11(1), 59–80. <https://doi.org/10.22567/rep.v11i1.846>



- Mora, T. (2018). Acerca de la imposición sobre bebidas alcohólicas en España. *Gaceta Sanitaria*, 32(2), 176–180. <https://doi.org/10.1016/J.GACETA.2017.10.017>
- Orozco, M. (2021). El Presidente podrá reducir el Impuesto a los Consumos Especiales por Decreto. *PRIMICIAS*, 1(1), 1. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/presidente-reducir-ice-decreto-ecuador/>
- Ramos, C. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Ríos, R. (2019). La imposición selectiva al consumo en el Perú: Entre el fin recaudatorio y la extrafiscalidad. *Quipukamayoc*, 27(54), 29–36. <https://doi.org/10.15381/quipu.v27i54.16190>
- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Impuesto a los Consumos Especiales*. Intersri. <https://www.sri.gob.ec/impuesto-consumos-especiales>
- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Intersri. <https://www.sri.gob.ec/datos-abiertos>
- Servicio de Rentas Internas. (2024). *Impuesto a los Consumos Especiales*. Intersri. <https://www.sri.gob.ec/impuesto-consumos-especiales#%C2%BFqu%C3%A9-es>
- Superintendencia de Compañías, V. y S. (2021). *Portal de información, consulta de compañías*. Supercias. <https://appscvssoc.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/busquedaCompanias.jsf>
- Villalobos, L. (2019). Enfoques y diseños de investigación social: cuantitativos, cualitativos y mixtos. *Educación Superior*, 18(27), 96–99. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7023094&info=resumen&idioma=SPA>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior

