

RESUMEN

En el Ecuador se decidió crear una Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad que entró en vigencia en Junio de 2016 después del terremoto que afectó a la provincia de Manabí. Esta Ley establece en su título 6 el incremento de 2 puntos porcentuales en el Impuesto al Valor Agregado que aplica para el resto de Provincias. Esta investigación tiene por objetivo analizar el impacto del incremento del Impuesto al Valor Agregado en las PYMES alimenticias de Quito-Ecuador registradas en el CAPEIPI. El tipo de estudio que se pretende realizar es empírico, en donde se pondrá a prueba la hipótesis referente a la posibilidad de afección de PYMES en sus estados financieros. Al verificar la hipótesis los resultados evidencian una afección a los resultados de los Balances Generales, ciertas empresas afectaron su costo y no el precio. En ambos casos las empresas se vieron afectadas en la utilidad al cierre de los ejercicios fiscales, tomando en cuenta el análisis en el año 2015 y 2016. El incremento del IVA ha afectado a las empresas productoras, comercializadoras y consumidores finales ya que el usuario tiene menos capacidad de pago y las empresas deben producir menos.

Palabras clave:

- **IVA**
- **PYMES**
- **UTILIDAD**
- **COSTO**
- **PRECIO**

ABSTRACT

In Ecuador it was decided to create a Law of Solidarity and Stewardship that came into force in June 2016 after the earthquake that affected the province of Manabi. This Law establishes in its title 6 the increase of 2 percentage points in the Value Added Tax that applies to the rest of the Provinces. The objective of this research is to analyze the impact of the increase in the Value Added Tax on the food SMEs of Quito-Ecuador registered in the CAPEIPI. The type of study that is intended to be conducted is empirical, where the hypothesis regarding the possibility of affecting SMEs in their financial statements will be tested. When verifying the hypothesis, the results show an affection to the results of the General Balances, certain companies affected its cost and not the price. In both cases, companies were affected in profit at the close of fiscal years, taking into account the analysis in 2015 and 2016. The VAT increase has affected the producing, marketing and final consumer companies since the user has less ability to pay and companies must produce less.

Keywords:

- **VAT**
- **SMES**
- **UTILITY**
- **COST**
- **PRICE**